



**Министерство образования и науки Российской Федерации
Рубцовский индустриальный институт (филиал)
ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический
университет им. И.И. Ползунова»
Кафедра «Менеджмент и экономика»**

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА
В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

**Материалы третьей всероссийской научно-практической
конференции
(посвященной 70-летию АлтГТУ им. И.И. Ползунова)**

Рубцовск, 21-22 апреля 2011 г.



**ИЗДАТЕЛЬСТВО АЛТАЙСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

Барнаул 2011

ББК 65.01
П 781

Научно-редакционная коллегия:

О.П. Осадчая, д.э.н., зав. каф. «МиЭ» (ответственный редактор)
А.В. Прокопьев, к.э.н., доцент каф. «МиЭ» (редактор)
Е.С. Беляева, к.э.н., доцент каф. «МиЭ» (редактор)
Т.А. Галынчик, к.э.н., доцент каф. «МиЭ» (технический секретарь)

П 781 Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом: Материалы третьей всероссийской научно-практической конференции 21-22 апреля 2011 г. / Рубцовский индустриальный институт. – Барнаул = Рубцовск: Изд-во Алт. ун-та, 2011. – 453 с.
ISBN 978-5-7904-1157-1

Сборник включает материалы третьей всероссийской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом», проходившей в Рубцовском индустриальном институте АлтГТУ им. И.И. Ползунова 21-22 апреля 2011 г. Статьи сгруппированы по основным направлениям работы конференции.

В работе конференции принимали участие ученые и практики из разных городов России. Сборник представляет интерес для специалистов предприятий и организаций, преподавателей и научных сотрудников, аспирантов, студентов, а также всех интересующихся актуальными проблемами развития экономики и менеджмента.

ББК 65.01

Рекомендован к изданию научно-методическим советом Рубцовского индустриального института

ISBN 978-5-7904-1157-1

© О.П. Осадчая, А.В. Прокопьев,
Е.С. Беляева, Т.А. Галынчик, составление, 2011
© Издательство ФГ БОУ «АлтГУ», оформление, 2011

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
-----------------------	---

СЕКЦИЯ 1

Проблемы и перспективы развития экономики на макроуровне

<i>Баранова Е.В. Международная торговая политика в сфере торговли природными ресурсами</i>	10
<i>Беляева Е.С. Использование потенциала социальных сетей в маркетинге</i>	14
<i>Вишняков С.В., Щербакова Е.Г. Имидж образовательного учреждения и факторы, его определяющие</i>	17
<i>Волкова М.В. Формирование современной системы налогообложения прибыли</i>	22
<i>Вольных Е.В. Процесс самооценки в деятельности вуза</i>	25
<i>Гражданкин В.А. Программы и направления поддержки малого бизнеса в Евросоюзе</i>	28
<i>Гражданкина О.А. Основные тенденции и периоды развития малого бизнеса в современной России</i>	37
<i>Дирша Е.В. Тенденции развития зарубежных кластеров</i>	46
<i>Ерохина Л.И., Нечитайло А.А., Нечитайло С.А. Роялти как неотъемлемый элемент системы франчайзинга при продвижении образовательных продуктов и услуг</i>	55
<i>Корицкий А.В. Пространственная неоднородность отдачи человеческого капитала</i>	60
<i>Котванов М.В., Котванова С.Г. Законы развития социально-экономических систем</i>	70
<i>Лобова С.В. Теоретические аспекты корпоративной благотворительности в современной экономике</i>	77
<i>Маренич К.И. Конкурентоспособность продукции машиностроительных предприятий России: некоторые проблемы и решения</i>	81
<i>Матвеева Е.В. Специфика лизинга как отношений посредничества в России</i>	85
<i>Осадчая О.П., Ремизов Д.В. Исторические аспекты развития приграничного сотрудничества</i>	91
<i>Прокопьев А.В. Социально-экономические аспекты крестьянской реформы 1861 года в России</i>	97
<i>Сенчукова Г.В., Матерн Н.А. Предпринимательский стиль управления современной организацией и его преимущества</i>	106
<i>Сидоров С.В. Обоснование недостаточности принуждающего воздействия в управлении инновационными процессами</i>	114

<i>Чернышева Е.В. Развитие организационной культуры предприятия в рамках эмоционального подхода</i>	123
---	-----

СЕКЦИЯ 2

Региональная и отраслевая экономика

<i>Балдина Н.П. Сравнительный анализ конкурентоспособности предприятий металлургического производства</i>	130
<i>Благодатских А.А. Основные подходы к организации системы таможенного контроля в условиях таможенного союза.....</i>	136
<i>Буркова Е.А. Обзор состояния и основные проблемы машиностроительной отрасли России.....</i>	140
<i>Горохова Д.В. Особенности минимизации бюджетных рисков субъектов Российской Федерации.....</i>	145
<i>Евдокимова Т.В. Влияние кризиса на экономическую активность малого предпринимательства</i>	150
<i>Зубкова Н.В. Регулирование отраслевого развития промышленности Российской Федерации</i>	157
<i>Иванова О.П., Антонова И.С. Приоритетные направления развития на этапе разработки стратегических альтернатив диверсификации экономики моногорода Юрга.....</i>	163
<i>Карелина Д.С. Томская область: от добычи нефти к ее переработке</i>	168
<i>Клепикова Н.А. Отдельные вопросы формирования кластера в региональной экономике</i>	170
<i>Королева Е.Н. Об управлении организациями, в том числе сферы благоустройства г. Барнаула, через систему государственных и муниципальных заказов</i>	179
<i>Лазарева Ж.В. Характеристика сущностных аспектов муниципально-частного партнерства</i>	183
<i>Макеева М.Ю. Стратегическое развитие рыбной отрасли Приморского края</i>	186
<i>Мальцева Е.В. Сельскохозяйственное машиностроение России на современном этапе.....</i>	191
<i>Манаев В.В., Томашевич И.И. Малое предпринимательство, условия и факторы его развития в городе Рубцовске.....</i>	197
<i>Манаев В.В., Томашевич И.И. Основные проблемы и задачи по организации и развитию малого предпринимательства в регионах РФ.....</i>	201
<i>Молоканова А.А. Динамика развития малого бизнеса в разрезе Алтайского края.....</i>	206
<i>Мурзагулова Д.А. Ипотечное кредитование как один из элементов инвестиционного механизма жилищного строительства.....</i>	211
<i>Никифорова О.В. Государственное регулирование развития молочного скотоводства</i>	218
<i>Поп Е.Н., Куттубаева Т.А. Характеристика неустойчивой модели поведения на рынке труда</i>	226

Решетько К.С. Влияние туризма на различные сферы жизни региона и факторы, влияющие на развитие туризма	233
Силютин О.В. Факторы возникновения хозяйственного риска предприятий пищевой промышленности	239
Рыбакова И.В. Визит-центр как информационная поддержка развития туризма (на примере создания визит-центра в Егорьевском районе Алтайского края).....	243
Сорокин Ан.В. О необходимости применения современных инструментов и методов управления на машиностроительных предприятиях г. Рубцовска.....	246
Тропникова Т.А. Эффективность обеспечения доступности жилья в Новосибирской области.....	249
Толстов В.К., Коробкина Е.В. Инновационное развитие Алтайского края...253	
Углинская В.В., Маслихова Е.А. Проблемы модернизации жилищно-коммунального комплекса Алтайского края.....	257
Фроликова Н.П. Развитие сельского туризма в Горной Колывани.....	263
Хрипко С.В. Институциональные предпосылки устойчивого развития региона в трансформационной экономике	266
Хусаинов Р.А. Способы перемещения населения на городском пассажирском транспорте	275
Цомаева И.В. Региональная модель управления инновационной деятельностью: отраслевой аспект	279
Чистякова И.С. Инвестиционная деятельность региона	286
Швецова О.А. Инновационный тип управления развитием муниципальных образований	289

СЕКЦИЯ 3

Экономика и менеджмент на предприятии

Асканова О. В. Согласование задач формирования производственной программы и управления запасами предприятия	293
Богданова Н.А. Сравнительный анализ процедурных аспектов корпоративных слияний и поглощений.....	301
Борисова А.А., Аверин А.С. Инструментарий диагностики риска потери ключевых сотрудников.....	311
Буркова Е.А. Контролинг в системе управления: практика российских компаний.....	319
Галынчик Т.А., Вакорин М.П. Современные представления об инвестиционной привлекательности предприятий	323
Жилкина Ю.В. Организация эффективной системы экономической безопасности предпринимательской деятельности.....	336
Карпенко А.В. Оценка степени влияния параметров деятельности предприятий машиностроительного комплекса на рост стоимости бизнеса	345

Касаткина Е.В. Инвестиционная политика в системе управления предприятием.....	350
Комлева Н.С., Щербакова Е.Г. Маркетинговая деятельность в системе повышения конкурентоспособности предприятия	356
Кулешиова Л.В. Особенности управления оборотными активами на малых предприятиях	362
Лашина М.В., Кирдяшкина Е.С. Формирование стратегических взаимоотношений с партнерами ООО «ВКМ-Сталь».....	371
Ляпкина Н.А. К вопросу о кадровых рисках.....	378
Маклаков И.А. Проблемы развития системы контроллинга на полиграфическом предприятии	382
Мальшиева Д.А. Внедрение стратегического управления в интегрированных компаниях.....	391
Мальшиева Д.А. Стратегические приоритеты управления персоналом.....	401
Осадчая О.П., Кожевников Е.Б. Обоснование выбора интегрального показателя для оценки уровня налоговой нагрузки на интегрированную структуру	410
Приказчикова Ю.В. Концепции управления инновационной деятельностью компании	416
Прокопьева Т.В. Бюджетирование в страховой организации	423
Соломенникова Е.А. Холдинги из малых и средних инновационных предприятий: модели становления и развития	431
Чекова Е.М. Государственные корпорации как перспективная форма интеграции промышленных предприятий	436
Якименко Е.А. Инвестиционная привлекательность как элемент инвестиционной политики предприятия.....	444
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	448

ВВЕДЕНИЕ

Рубцовск – это город с развитой сетью высших и средних специальных учебных заведений. Филиалы ведущих вузов, расположенные в Рубцовске, имеют большой потенциал кадров высокой квалификации, не только теоретиков, но лиц с практическим опытом работы на промышленных предприятиях города.

В целях активизации использования интеллектуального потенциала в стенах Рубцовского индустриального института уже в *третий раз* проводится научная конференция, к участию в которой приглашены преподаватели, научные работники, аспиранты, соискатели, руководители и специалисты предприятий, органов местного самоуправления.

Проведение конференции по решению руководства вуза было приурочено к 70-летию Алтайского государственного технического университета им. И.И. Ползунова. Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова – один из крупнейших вузов России, признанный в Алтайском крае центр образования, науки и культуры, представлен двенадцатью факультетами, пятью институтами и двумя филиалами в г. Бийске и г. Рубцовске.

Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова» – это 14 специальностей экономического, технического, технологического, педагогического и юридического направлений.

На базе Рубцовского индустриального института кафедрой «Менеджмент и экономика» была проведена конференция 21-22 апреля 2011 года. Стартовав в 2009 году как межрегиональная, научная конференция «Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом» в 2010 году приобрела статус всероссийской, сохранившийся и в 2011 году.

Целью конференции явилось обсуждение актуальных проблем экономики и менеджмента на современном этапе и выработка концептуальных подходов к решению обозначенных проблем.

В настоящее время особую популярность получило обсуждение проблем антикризисного управления национальной экономикой, интеграции России в систему мировых хозяйственных связей, привлечения инвестиций в реальный сектор экономики. Не менее важно обсуждение проблем и перспектив развития малого бизнеса, различных аспектов интеграции предприятий (в том числе формирования кластеров), совершенствования политики государственного регулирования экономики, развития индустрии маркетинговых исследований, проблем перехода отечественной экономики на инновационный путь развития. На уровне предприятия также крайне важен поиск эффективных путей управления оборотными активами, человеческими ресурсами, ассортиментом выпускаемой продукции.

В конференции очно и заочно приняли участие 84 автора из 19 регионов России (22 города). География участников постоянно расширяется, в конференции впервые приняли участие авторы с Дальнего Востока, Кемерово, Горно-Алтайска, Томска, Казани, Тольятти, Нижнего Новгорода и др.

Участниками конференции стали ученые и практики из Барнаула (Алтайский государственный университет, Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова, филиал Всероссийского заочного финансово-экономического института), Горно-Алтайска (Горно-Алтайский государственный университет), Новосибирска (Новосибирский государственный технический университет, Сибирский университет потребительской кооперации, Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН и др.), Томска (Томский государственный университет, Томский политехнический университет), Бийска (Бийский государственный педагогический университет им. В.М. Шукшина), Рубцовска (Рубцовский индустриальный институт), Москвы (Финансовый университет при Правительстве РФ, Дипломатическая академия МИД России, Московский государственный областной университет).

Свои статьи прислали ученые Хабаровского пограничного института ФСБ России, Шадринского государственного педагогического института, Брянской государственной сельскохозяйственной академии, Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарева, Поволжского государственного университета сервиса, Дальневосточного федерального университета, Самарского государственного университета, Ставропольского государственного аграрного университета, Саратовского государственного университета и др.

Также в конференции приняли участие авторы из следующих предприятий и организаций: ОАО УК «Сибагромаш», ОАО «Алтайтрансмаш-сервис», ООО «Зерно-Союз», дополнительный офис банка ВТБ-24 (г. Рубцовск), ОАО Алтайский приборостроительный завод «Ротор», Комитет Администрации города по управлению муниципальным имуществом (г. Барнаул), ООО Фирма «БИКС» (г. Горно-Алтайск).

Оргкомитет конференции благодарит всех авторов, приславших материалы для публикации, приглашает к дальнейшему сотрудничеству.

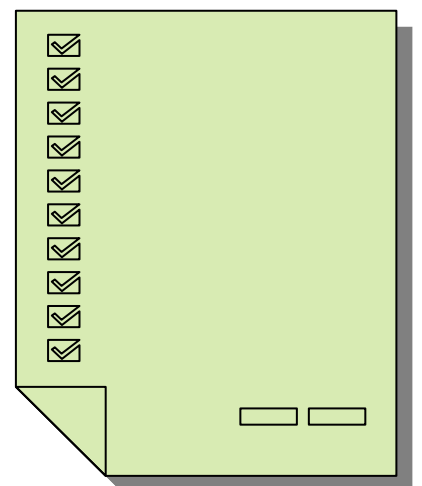
Оргкомитет конференции выражает особую благодарность директору ОАО «Алтайтрансмаш-сервис», председателю общественного Совета по развитию предпринимательства при Администрации г. Рубцовска и Городском Совете депутатов *Томашевичу Ивану Ивановичу* и д.э.н., профессору, проректору по учебной работе Горно-Алтайского государственного университета *Швакову Евгению Евгеньевичу* за участие в конференции.

Редакционная коллегия также выражает благодарность администрации и коллегам Рубцовского индустриального института в лице директора, д.ф.-м.н, профессора *Гурченкова Сергея Алексеевича*; заместителя директора по учебной работе, к.т.н., профессора *Фокеева А.К.*; заместителя директора по социальному развитию и науке, к.т.н., профессора *Апполонова А.А.*; декана гуманитарно-экономического факультета, д.ф.н., профессора *Севастьяновой С.К.* за поддержку и помощь в издании сборника.

*Председатель оргкомитета конференции
д.э.н., профессор Осадчая Ольга Петровна*

СЕКЦИЯ 1

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ НА МАКРОУРОВНЕ



МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ ПРИРОДНЫМИ РЕСУРСАМИ

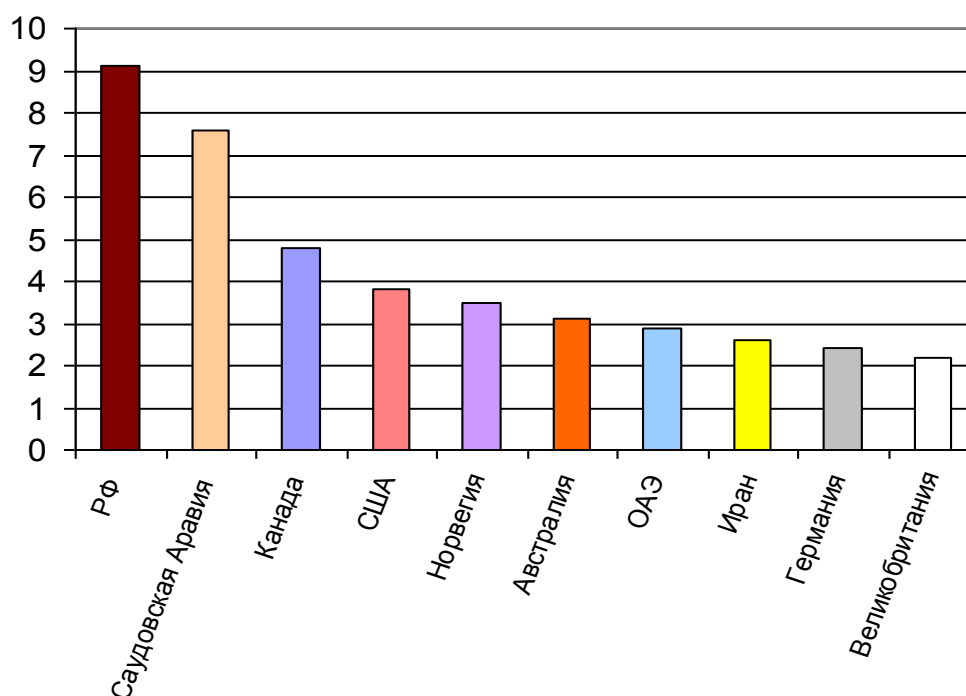
Е.В. Баранова

*Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова, г. Барнаул*

Природные ресурсы представляют собой значительную часть мировой торговли и, будучи эффективно используемыми, могут внести существенный вклад в улучшение качества жизни всего человечества.

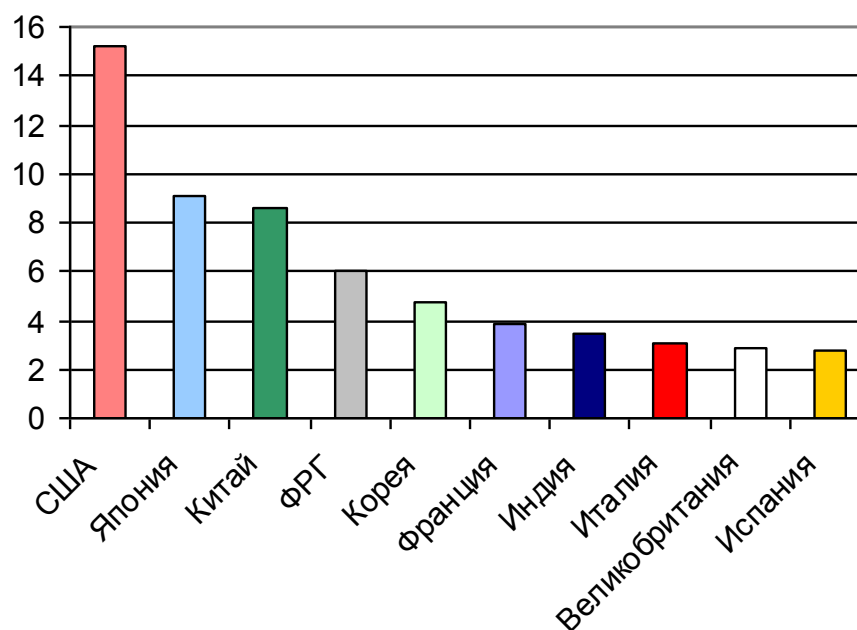
Доля природных ресурсов в мировой торговле в последние годы резко увеличилась, изменив общемировую тенденцию роста удельного веса продукции обрабатывающей промышленности, характерную для второй половины XX века. Недавнее увеличение произошло во многом благодаря росту мировых цен на ТЭР, поскольку на топливо приходится три четверти мировой торговли природными ресурсами.

Доля природных ресурсов в экспорте таких регионов, как Африка, Ближний Восток и страны СНГ, составляет более чем 70%, тогда как для Северной Америки, Европы и Азии этот показатель составляет менее 20%, для Южной и Центральной Америки – менее 50%. На рисунках 1 и 2 представлены ведущие экспортеры и импортеры природных ресурсов.



Источник: Составлено автором по [2, с. 207]

Рис. 1. Доля стоимостного объема экспорта природных ресурсов отдельных стран в мировой торговле природными ресурсами (в процентах)



Источник: Составлено автором по [2, с. 207]

Рис. 2. Доля стоимости импорта природных ресурсов отдельными странами в мировой торговле природными ресурсами (в процентах)

До начала 1970-х гг. мировая торговля многими видами природных ресурсов осуществлялась в основном через долговременные контракты, заключаемые между государством-производителем и страной-потребителем в лице государственных и/или транснациональных компаний. С течением времени эти долговременные двусторонние соглашения стали замещаться торговлей на организованных товарных биржах.

В настоящее время правительства многих стран используют довольно широкий спектр мер, влияющих на торговлю природными ресурсами: экспортные налоги, квоты, таможенные пошлины, различные нетарифные меры, субсидии, потребительские налоги и пр.

Рассмотрим уровень импортных тарифов в отношении природных ресурсов (таблица 1).

Таблица 1
Средний уровень ставок импортного тарифа в торговле природными ресурсами, 2007 г. [2, с. 114]

Категория	Развитые страны	Развивающиеся страны	Весь мир
Рыба и морепродукты	2,2	15,1	14,2
Древесина и изделия из нее	0,6	6,5	6,1
Топливо	0,5	6,2	5,8
Минеральные ресурсы	0,8	6,0	5,7
Весь товарный импорт	5,4	10,7	10,3

Согласно информации, содержащейся в обзорах торговой политики ВТО, уровень импортного таможенного обложения в торговле природными ресурсами и в развитых, и в развивающихся странах более низок, чем средние величины по всем категориям товаров в этих странах. Исключением является отрасль рыболовства, в которой уровень таможенной защиты в развивающихся странах намного выше общего уровня импортного тарифа.

Анализируя структуру импортных тарифов в отношении минеральных ресурсов, древесины, можно сделать вывод о наличии явно выраженной тарифной эскалации, в отличие, например, от торговли ТЭР. В частности, согласно данным ВТО, средний уровень импортного тарифа в отношении древесины и изделий из нее составляет 6,1%. Более обработанная продукция из древесины (например, изделия из бумаги, картона) облагается импортным тарифом, равным 10,2%, а в случае такой товарной группы, как мебель из дерева, размер тарифа приближается к 18,3% [2, с. 115]. При этом в группе развитых стран тарифная эскалация присутствует практически во всех секторах, в том числе и в торговле топливными ресурсами.

К нетарифным мерам, используемым в торговле природными ресурсами, относят паратарифные меры, меры контроля над ценами, финансовые меры, процедуры автоматического лицензирования, количественные ограничения, технические барьеры и пр. Наиболее часто встречающиеся нетарифные меры торговой политики, применяемые к природным ресурсам, следующие:

- технические барьеры (требования к маркировке, санитарные требования и пр.);
- неавтоматическое предоставление лицензий;
- запрет на импорт.

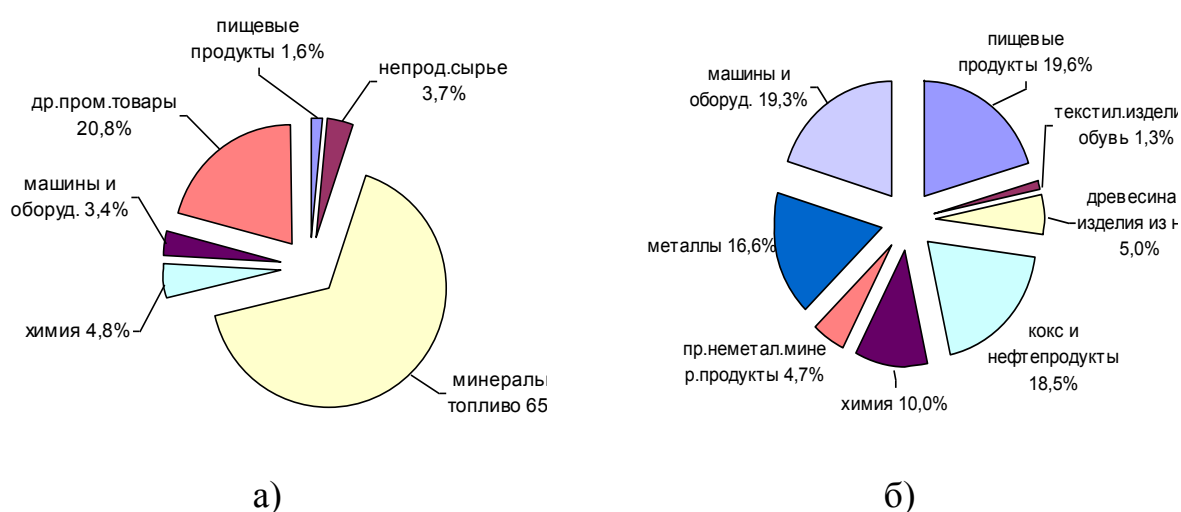
Согласно последним исследованиям ВТО, 11% мировой торговли природными ресурсами охвачено экспортными налогами, в то время как этот средний показатель по всем категориям товаров составляет 5%. Это означает, что экспортные налоги используются в данной сфере в два раза чаще, чем по другим товарным группам. Одним из последствий такого налогового бремени является бурный рост прямых иностранных инвестиций в экономику стран-экспортеров этих ресурсов путем слияний или поглощений фирм, работающих в указанном секторе (нефтедобывающих компаний, горнодобывающих фирм и пр.). По оценкам ЮНКТАД, стоимость таких слияний и поглощений в 2008 г. достигла 83 трлн. долларов, что составило восьмую часть от совокупной стоимости мирового рынка слияний и поглощений.

Довольно часто правительства стран устанавливают количественные экспортные ограничения в отношении природных ресурсов; их целью является консервация невозобновляемых видов последних.

Существенное отличие инструментов торговой политики в секторе природных сырьевых товаров от торговли готовой продукцией заключается в том, что ограничительные меры на внутреннем рынке (например, налоги на загрязнение окружающей среды, потребительские налоги) оказывают такой же эффект, что и импортные тарифы.

Сегодня практически все региональные и двусторонние торговые соглашения содержат положения, касающиеся потенциального негативного влияния развития торговли природными ресурсами на окружающую среду. Например, статья 18 Соглашения о двусторонней торговле между СА и Колумбией подчеркивает необходимость оптимального использования природных ресурсов в соответствии с задачами устойчивого развития.

Поставки отдельных видов жизненно необходимых ресурсов находятся под контролем небольшого количества стран, которые имеют возможность осуществлять давление на рынок. На добывающую промышленность таких стран нередко приходится излишне значительная доля в ВВП и экспорте страны, особенно ярко это проявляется в нефтедобыче, реже – в добыче металлов. Подтверждением этому служит товарная структура российского экспорта и производства.



Источник: Составлено автором по [1, с. 158, 354]

Рис. 3. Структура российского экспорта (а) и обрабатывающих производств (б), 2009 г.

При этом, согласно данным ВТО, средний темп прироста экспорта природных ресурсов Российской Федерацией за период 2000-2008 гг. составил 23,1% (среднемировой показатель 18,3%). Россия является одним из ведущих поставщиков сырья для многих стран мира [2, с. 207, 217].

Таблица 2

Место РФ в стоимости импорта природных ресурсов (ПР) ведущих импортеров мира

Показатель	ЕС	США	Японии	КНР
Доля РФ (%) в стоимости импорта ПР	15,94	3,67	3,6	5,92
Место РФ в импорте ПР	2	8	8	4

Необходимо учитывать, что меры внешнеторговой политики, вводимые РФ в отношении сырьевых товаров, в том числе в условиях созданного Таможенного союза, неизбежно повлекут за собой изменения в структуре мировой торговли природными ресурсами.

Библиографический список

1. Россия и страны мира. 2010: Стат. сб. [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. – Электронные данные. – М., 2010. – Режим доступа: www.gks.ru
2. World Trade Report 2010 [Электронный ресурс] / Официальный сайт ВТО. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.wto.org>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В МАРКЕТИНГЕ

Е.С. Беляева

Рубцовский индустриальный институт

Не так давно в России появились новые возможности для межличностных коммуникаций, получившие название «социальная сеть».

Социальная сеть – интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети. Сайт представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общим интересом [3].

В настоящее время социальные сети с уверенностью можно отнести к инновациям социального характера.

Социальные инновации – явления в социальной сфере общества, которых не было на предыдущей стадии его развития и которые возникли естественным образом либо введены по инициативе субъектов управления. Социальные инновации практически всегда выступают отправной точкой общественного прогресса или же неразрывно следуют за революционными инновациями [1].

Для рекламодателей социальные сети представляют уникальные возможности непосредственного контакта с потребителями. Ежедневно миллионы пользователей ведут беседы о компаниях, их товарах и услугах, делясь своим мнением и впечатлениями. Отдельно взятый участник сетевого сообщества может испортить (или наоборот) репутацию компании с многомиллионным оборотом.

Казалось бы, в век Интернета отношения между людьми становятся все более призрачными, «виртуализирующимися». Однако на самом деле оказалось, что все совсем иначе. Редкие ежегодные встречи одноклассников и однокурсников сменились постоянными связями между людьми. Да, связи эти осуществляются преимущественно в виртуальном пространстве, но они также имеют и реальное выражение. Грандиозную роль в формировании новой системы общественных связей сыграли такие инновационные проекты, как «В Контакте» и «Одноклассники». Построенные во многом на основе западных анало-

гов, они технически не представляют собой инновационного продукта, однако в социальном аспекте обе сети, безусловно, являются инновационными.

Социальная сеть «Одноклассники» – один из популярных в последнее время сетевой ресурс в России – по данным 2007 года, насчитывал более 18 миллионов зарегистрированных пользователей, 6 миллионов посетителей в день. Финансовая информация по проекту не раскрывается. По некоторым оценкам, сеть стоит порядка 50 миллионов долларов. «Одноклассники» – это целая средовая вселенная, это виртуальная матрица нескольких поколений граждан России, это гигантский статистический материал, это суперсистема межличностных коммуникаций [1].

Такую же роль, как «Одноклассники» для представителей поколения от 25 и старше, играет проект «В Контакте» – для младшего поколения – от 12 до 25 лет. «В Контакте» – успешный сетевой ресурс, являющийся средством коммуникации студентов и учащихся. Сервисы «В Контакте» предлагают более разнообразные услуги, чем проект «Одноклассники», и в целом, похоже, перспектив у «В Контакте» больше. В октябре 2007 года «В Контакте», по данным статистического ресурса alexa.com, вышел на третье место по посещаемости в Рунете. Количество ежедневных посетителей сети «превысило 850 тысяч человек в день, а по количеству ежедневных просмотров страниц «В Контакте» обогнал такие ресурсы, как «Яндекс» или «Рамблер». По данным на лето 2008 года, сеть имела 11 миллионов пользователей [1].

В «Исследовании российских социальных медиа 2010» [2] рассматривалось быстрое развитие социальных медиа в России, а также их роль в жизни российских потребителей. В нем также были рассмотрены возможности и проблемы, с которыми могут столкнуться маркетологи, работающие в социальных медиа. Главная цель данного исследования – получение объективной информации о том, как социальные медиа влияют на потребительские предпочтения и потребительское восприятие бренда. Аналитики хотели выяснить: сколько времени российские пользователи Интернета проводят в социальных сетях, а также выявить их модель поведения в них, в том числе определить, что влияет на принятие решений о покупке.

Российские пользователи – самые активные в социальных сетях: 89% российских Интернет-пользователей имеют аккаунты в социальных сетях; 49% проводят в них от 5 до 10 часов в месяц, а 23% – 20 часов и более. Для сравнения, среднее время, проведенное в социальных сетях в таких странах, как США, Германия и Великобритания, – 4,5 часа [2].

Катализатором роста активности являются младшие возрастные группы. Социальные сети до сих пор популярны среди людей от 18 до 25 лет. В то же время социальные медиа становятся все более и более популярными среди старшего поколения – с довольно высоким процентом пользователей женского пола.

Около 24% (или каждый четвертый российский Интернет-пользователь) утверждают, что информация, найденная в социальных медиа, повлияла на их решение о покупке (comScore, 2009 год) [2].

В настоящее время статистика популярности социальных сетей в России такова: около 75 миллионов аккаунтов «В Контакте», 45 миллионов на «Одноклассники» и более одного миллиона в российском «Facebook». Источник: Фонд «Общественное мнение».

Около 28% российских Интернет-пользователей ищут информацию о брендах в социальных сетях перед тем, как совершить покупку. Это свидетельствует об относительно высоком уровне доверия к информации, размещаемой в социальных сетях, – значительно более высоком по сравнению со стандартным уровнем доверия рекламе (14%) [2].

Почти 90% тех, кто читал о брендах (отзывы других пользователей и тематические посты) в социальных сетях перед совершением покупки, утверждают, что прочитанное повлияло на их выбор. Почти 37% российских Интернет-пользователей участвуют в дискуссиях о продуктах и услугах в социальных сетях [2].

Использование рекламы в Интернете как источника информации в настоящее время набирает все большие обороты. Около 58% российских Интернет-пользователей смотрят рекламу брендов онлайн. Это означает, что российская Интернет-аудитория по количеству просмотров рекламы на сегодняшний день конкурирует с телевизионной аудиторией.

Объем рынка рекламы в социальных сетях неуклонно растет. Если в 2007 году, по оценкам аналитической компании eMarketer, он составлял 1,225 млрд. долларов, то к 2011 году объем рынка рекламы достигнет 3,8 млрд. долларов. В социальных сетях используются различные виды рекламы: медийная, контекстная, видеореклама, маркетинговые проекты по созданию профилей товаров и брендов [3].

Более 42% российских Интернет-пользователей считают, что социальные сети сближают людей. Многие признаются в том, что социальные сети стирают границы, которые существуют в оффлайновой коммуникации. При этом 43% придерживаются обратного мнения, а 15% затрудняются ответить [2].

Результаты данного исследования показывают непосредственные возможности и преимущества, существующие у российских маркетологов для привлечения аудитории посредством социальных сетей, которые помогут увеличить лояльность к их брендам и повлияют на решения о покупке.

Библиографический список

1. Данилин П., Крышталь Н. Инновационный путь России [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.litress.ru
2. www.cossa.ru
3. www.wikipedia.ru

ИМИДЖ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ И ФАКТОРЫ, ЕГО ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ

С.В. Вишняков, Е.Г. Щербакова

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

В статье рассмотрена сущность имиджа образовательного учреждения, определены составляющие имиджа образовательного учреждения. Исследованы факторы, определяющие имидж образовательного учреждения.

В последние годы значение имиджа для развития организаций все более возрастает. Понятие имиджа очень широко. Под имиджем может пониматься имидж компании, имидж товара, имидж политика и т.д. Развитие науки об имидже началось с возникновением так называемого маркетингового мышления.

В середине 1980-х г. зарубежные и отечественные исследователи выделили структуру имиджа организации, которую условно делят на восемь групп (компонентов).

Имидж услуги (товара). Имидж образовательной услуги составляют представления людей относительно уникальных характеристик, которыми обладает товар, его способность в совершенстве выполнять основную функцию и соответствовать показателям качества. Определяется потребительскими свойствами услуги: социальностью, функциональностью, надежностью, экологичностью.

Имидж потребителей образовательных услуг. Для товаров и услуг широкого потребления имидж пользователей товара включает представления о стиле жизни, общественном статусе и характере потребителей.

Внутренний имидж организации. Его основными детерминантами являются культура школы и социально-психологический климат.

Имидж основателя или основных руководителей школы. Формируется за счет не только внешнего вида, но и поведения, речи и умственных способностей руководителей.

Имидж персонала. Формируется, прежде всего, на основе прямого контакта с работниками школы. При этом каждый работник может рассматриваться как «лицо» организации, по которому судят о персонале в целом.

Визуальный имидж организации. Визуальный имидж школы – это представления о школе, субстратом которого являются зрительные ощущения, фиксирующие информацию об интерьере и экстерьере рекреаций, учебных кабинетов, внешнем облике педагогов, а также общешкольной символике (элементы фирменного школьного стиля).

Социальный имидж школы. Формирует представления у широкой общественности о социальных целях и роли школы в социальной, культурной и даже экономической жизни населенного пункта, района (в том числе через развитие некоторых социально ориентированных проектов).

Бизнес-имидж школы. Здесь в качестве основных детерминантов выступают деловая репутация, соблюдение этических норм деятельности школы в

осуществляемой ею предпринимательской деятельности, деятельности по осуществлению неких проектов с привлечением средств из разных источников, а также деловая активность школы.

Имидж организации или корпоративный имидж изучают: экономисты, маркетологи, менеджеры, психологи, специалисты по связям с общественностью, рекламисты, дизайнеры и пр. Например, маркетологи и экономисты относят имидж к нематериальным активам организации. Выведены даже формулы, благодаря которым можно оценить вклад деловой репутации (имеющей прямое отношение к имиджу фирмы) в рыночную стоимость организации.

Непосредственно вопрос формирования имиджа ОУ был изучен специалистами двух научных областей: психологии (Пискунова Т.Н. «Условия и факторы формирования позитивного имиджа общеобразовательного учреждения») и экономики (Измайлова Е.А. «Формирование маркетинговой коммуникационной политики и позитивного имиджа вуза на рынке образовательных услуг» и в диссертации Кадочникова Н.А. «Корпоративный имидж как фактор конкурентоспособности высшего профессионального учебного заведения»). В остальных работах рассматриваются отдельные элементы имиджа ОУ (имидж руководителя ОУ, имидж преподавателя, бренд и пр.). Во всех трех диссертациях ключевым понятием является имидж ОУ.

Пискунова Т.Н. рассматривает имидж общеобразовательного учреждения как «эмоционально окрашенный образ, обладающий целенаправленно заданными характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социального окружения общеобразовательного учреждения» [3; с. 11].

Кадочников Н.А. определяет корпоративный или организационный имидж как «образ организации, в представлении различных групп общественности» [2; с. 17].

Автор выделяет ряд факторов, формирующих имидж образовательных учреждений:

- стаж и опыт работы в сфере образования;
- известность в профессиональных кругах и среди общественности;
- репутация руководителя организации, профессионализм руководства;
- перспективы профессионального развития ОУ;
- востребованность выпускников на рынке труда, уровень их зарплаты и карьерного продвижения;
- отношение сотрудников организации к обучающимся;
- уровень профессионализма, известность преподавателей, их требовательность;
- мнение студентов об организации учебного процесса, уровне преподавания;
- территориальное местонахождение, внешнее и внутреннее оформление учебного заведения;
- профессионализм работы руководства со СМИ в продвижении своих услуг;
- открытость и интегрированность учебного заведения.

Первые публикации по имиджу образовательного учреждения появились в середине 1990-х годов. Но вплотную занялись разработкой всевозможных аспектов формирования имиджа сравнительно недавно, только с начала 2000-х гг.

В публикациях рассмотрены разные виды имиджа, в зависимости от уровня и типа образовательного учреждения: «имидж вуза», «имидж государственного вуза», «имидж негосударственного вуза», «имидж средней школы», «имидж дошкольного образовательного учреждения», «имидж частной школы» и др.

В 2002 году в журнале «Справочник руководителя образовательного учреждения» была опубликована статья начальника отдела маркетинга РГПУ имени А.И. Герцена, кандидата психологических наук Даниленко Л.В., «Менеджмент имиджа образовательного учреждения» [1]. Здесь автор определяет имидж образовательного учреждения как «эмоционально окрашенный образ учебного заведения, часто сознательно сформированный, обладающий целенаправленно заданными характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социума».

В маркетинговой литературе для характеристики имиджа используются разные определения – желаемый, реальный, традиционный, благоприятный, позитивный, идеализированный, новый (обновленный). Наиболее часто встречающиеся из них – желаемый имидж, благоприятный имидж. Упомянутые названия не следует причислять к разряду отдельных видов имиджа, а рассматривать как характеристики имиджа, грани одной призмы, новое качество объекта. Перечисленные характеристики имиджа не исключают друг друга, не противоречат и не отрицают друг друга, при этом имидж может переходить из одного качества в другое. Так желаемый имидж при определенных усилиях со стороны заинтересованной в нем организации может стать реальным, а традиционный имидж перейти в новое качество или получить обновленное лицо. При этом у учебного заведения (УЗ) может существовать одновременно несколько имиджей, которые актуализируются в зависимости от целей, которые преследует в данный момент УЗ, и социальной группы, с которой работает в этот момент.

Целенаправленно созданный имидж представляет собой совокупность и систему составляющих, которые могут выстраиваться в рейтинговом ряду в зависимости от специфики учебного заведения и целей его деятельности. К числу основных таких составляющих можно отнести – общую известность и репутацию ОУ, скорость реагирования на изменения запросов потребителей, инновационный потенциал и его реализацию, престиж образовательных программ, рекламную политику ОУ, уровень развития и характер зарубежных связей, финансовую обеспеченность (устойчивость), конкурентный статус. Каждая из составляющих имеет свои критерии и показатели. Так, по последнему пункту перечня место ОУ в системе рейтингов (по одному и более показателям), широко применяющейся теперь и в сфере образования, может служить показателем его конкурентноспособности, например, по процентному показателю поступающих в высшие учебные заведения, количеству медалистов, наличия конкурса в учебное заведение и др. (для школы). Важным аргументом конкурентноспособ-

ности ОУ является и наличие у него благоприятного имиджа, т.е. мнения родителей и детей, коллег, государственных органов.

Представление о перечисленных составляющих имиджа учебного заведения формируется благодаря распространению в обществе знаний о них или целей УЗ относительно них, и основная маркетинговая задача УЗ, в этом случае, состоит в поиске способов передачи этой информации, формировании на ее основе определенного уровня знаний и уже как следствие определенного представления об УЗ. Главным образом, почти все способы передачи информации потребителю можно объединить в общее направление деятельности УЗ – рекламирование. Это определяет специфическую особенность рекламной политики большинства образовательных учреждений, где информирующая реклама преобладает над другими видами рекламы. В качестве иллюстрации приведем данные, показывающие распределение рекламных усилий условного вуза между рекламными средствами.

В структуру имиджа образовательного учреждения включаются и элементы, относящиеся к числу имиджевой символики – название, герб, гимн, флаг, традиции, ритуалы, унифицированная форма одежды, а также используемые для рекламных целей – логотип, слоган, девиз и в целом фирменный стиль. Они окрашивают и вносят в образ учебного заведения дополнительные (желаемые) смыслы. Внешняя атрибутика в предпочтении родителями и учащимися одного учебного заведения другому имеет большое значение в том случае, когда существует высокий уровень дифференциации учебных заведений (например, школ по типу и видам – общеобразовательные школы, гимназии, лицеи, государственные, частные, авторские, специализированные, национальные, «с углубленным изучением», «имени», «при» и др.), и потребитель поставлен перед необходимостью выбора из ряда учебных заведений. Внешняя атрибутика влияет на социальные группы опосредованно, и поэтому роль психологических процессов в этом случае возрастает. Введение в разговор нового понятия «социальная группа», т.е. заинтересованные в предоставлении образовательной услуги люди, целесообразно, поскольку оно шире понятия потребители образовательных услуг, не отражающего всего многообразия объектов коммуникации учебного заведения. И, кроме того, правильное определение и точная идентификации «своей социальной группы» (потребности, предпочтения, ценности, авторитеты, уровень благосостояния и др.) дает возможность более эффективно использовать технологии маркетинговой коммуникации. Для справки приведем определения некоторых вышеупомянутых элементов внешней атрибутики: девиз – краткое образное высказывание о целях деятельности, продуктах и услугах организации; слоган – краткое самостоятельное рекламное сообщение, могущее существовать изолированно от других рекламных продуктов и представляющее собой свернутое содержание рекламной кампании; логотип – оригинальное изображение (рисунок, графика, шрифт и др.), используемое как символ организации и ее продуктов; фирменный стиль – принятый организацией характер подачи потребителю информационных посланий, предполагающий сохранимость и единство цветового решения, графического изображения при вариативности содержания; корпоративная идентичность – система названий, символов,

знаков, цветов, мифов, ритуалов, проецирующих индивидуальность учебного заведения.

Позитивный имидж руководителя образовательного учреждения также является важной составляющей имиджа образовательного учреждения в целом, особенно в реализации коммуникаций в сфере профессиональной деятельности (учреждения-конкуренты, учреждения-партнеры, органы управления). Формирование имиджа руководителя связано с выполнением им функций администратора, организатора, специалиста, общественного деятеля и проявляющимися при их выполнении личностными качествами. Главным образом, все компоненты имиджа руководителя можно свести к трем группам: персональные (тип личности, свойства характера, качества личности, физические особенности); социальные (образование, биография, стиль жизни, система ценностей, общественный статус); профессиональные (тип руководителя и его статус в коллективе, степень владения профессиональными методами и технологиями управления коллективом, наличие навыков стратегического планирования, организаторских умений, способностей к объективной независимой оценке, прогрессивному развитию). Выпускник в глазах общественности является лицом учебного заведения, критерием и одновременно показателем результата его деятельности. Поэтому такие характеристики личности выпускника, как общий образовательный уровень, профессиональные умения, набор дополнительных полезных умений и навыков, конкурентные качества – предприимчивость, деловитость, высокая степень адаптации к изменяющимся требованиям общества, гражданская позиция, являются важными критериями деятельности образовательного учреждения.

Можно выделить две основные группы способов, предполагающие определение основных направлений деятельности, актуальных для организации, и в их рамках набор методов, приемов и технологий. К первой группе способов, которая объединяет маркетинговые способы, относят – организацию прямых продаж (персональных контактов потенциальных потребителей образовательных услуг и представителей учебного заведения), а именно, участие в специализированных выставках, ярмарках образования, ярмарках учебных мест, организация семинаров, конференций для аудиторий, в которых заинтересовано УЗ, курирование воспитательных и образовательных учреждений, осуществляющих воспитание и обучение будущих учащихся, студентов, слушателей УЗ и т.д.; проведение PR – мероприятий – организацию дней открытых дверей, презентаций, работу с профориентирующими организациями, городскими и районными органами управления образованием, общественными организациями – ассоциациями, союзами, фондами, популяризацию деятельности УЗ через СМИ и др.; рекламирование – использование разного рода рекламных средств для актуализации желаемого имиджа образовательного учреждения – рекламные листовки (лифлеты, флайерсы), буклеты, бюллетени, сувенирная продукция, радио, телевидение, Интернет, наружная реклама и др.

Таким образом, имидж – это сложившийся в массовом сознании эмоционально окрашенный образ, определяемый соотношением между различными

сторонами его деятельности, транслируемый во внешнюю среду, который привлекает потребителей и партнеров, ускоряет продажи и увеличивает их объем.

Библиографический список

1. Пискунова Т.Н. Условия и факторы формирования позитивного имиджа общеобразовательного учреждения: Диссертация кандидата психологических наук. М., 1998. С.11.
2. Даниленко Л.В. Менеджмент имиджа образовательного учреждения: http://www.marketologi.ru/lib/danilenko/mana_image.html (24.02.09).
3. Кадочников Н.А. Корпоративный имидж как фактор конкурентоспособности высшего профессионального учебного заведения: Диссертация кандидата экономических наук. М., 2005. – 200 с.

ББК 65.26

ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРИБЫЛИ

М.В. Волкова

Рубцовский индустриальный институт

Рассматривая особенности формирования современной системы налогообложения прибыли в нашей стране, необходимо выделить несколько этапов, обусловивших различные подходы к обложению прибыли.

Первый период – с июня 1990 г. по 1992 г. 14 июня 1990 года был принят Закон СССР "О налогах с предприятий, объединений и организаций" – первый унифицированный нормативный акт, урегулировавший многие налоговые правоотношения в стране. Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) определялась в виде разницы между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) в действующих ценах и затратами на ее производство. Для целей исчисления облагаемой прибыли балансовая прибыль увеличивалась (уменьшалась) на сумму превышения (снижения) расходов на оплату труда персонала предприятия, занятого в основной деятельности, в составе себестоимости реализованной продукции (работ, услуг) по сравнению с их нормируемой величиной.

Особенностью налога на прибыль того периода было освобождение бюджетных организаций от уплаты ими налога на прибыль от осуществления финансово-хозяйственной деятельности. Таким образом, устанавливалась льгота в виде освобождения от уплаты налога для государственных предприятий, что свидетельствовало о дифференциации налогообложения прибыли по формам собственности. Общеустановленная ставка налога на прибыль в размере 45% применялась к прибыли, определенной в границах предельного уровня рентабельности, исчисленного по отдельным отраслям. В том случае, если предельная рентабельность превышала установленный уровень, то прибыль, соответствующая этому превышению, облагалась по ставке 80% (при превышении предельного уровня до 10 пунктов включительно), 90% (при превышении предельного уровня свыше 10 пунктов). Данное положение закона подрывало стимулы предприятий к повышению рентабельности производимой продукции и побуж-

дало укрывать часть доходов от налогообложения. Данный закон предопределил направление развития налоговой системы страны, несмотря на явные недостатки его реализации, он стал отправной точкой формирования новой, отличной от командно-административной модели налогообложения прибыли.

Второй период – с 1992 по 2002 г. Именно в этот период была осуществлена широкомасштабная комплексная налоговая реформа, были подготовлены и приняты основополагающие налоговые законы: Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года "Об основах налоговой системы в Российской Федерации" (далее – Закон об основах налоговой системы), Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года №2116-1 "О налоге на прибыль предприятий и организаций".

Основным отличием данного закона стало упразднение нормирования рентабельности организаций, установление единого подхода к налогообложению предприятий независимо от их организационно-правовой формы, введение единой ставки налога для предприятий и организаций в размере 32% (45% по прибыли от посреднических операций и сделок). В соответствии с законом объектом налогообложения являлась валовая прибыль. Валовая прибыль представляла собой сумму прибыли (убытка) от реализации продукции (работ, услуг), основных фондов (включая земельные участки), иного имущества предприятия и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям.

Первоначально с 1992 г. в состав плательщиков были включены предприятия и организации РФ, в том числе созданные с участием иностранных инвестиций, филиалы, имеющие отдельный баланс и расчетный счет, иностранные организации, осуществляющие свою деятельность на территории РФ через постоянные представительства.

Исключались из состава налогоплательщиков кредитные организации, банки, страховые компании, а также предприятия по прибыли от реализации произведенной ими сельскохозяйственной продукции, так как первоначально данные организации облагались налогом в особом порядке.

Законом №3317-1 от 16 июля 1992 г. "О внесении изменений и дополнений в налоговую систему России» этот пункт был дополнен предприятиями, производящими и перерабатывающими охотохозяйственную продукцию, кроме сельскохозяйственных предприятий индустриального типа.

Одновременно основная ставка налога устанавливалась в размере 32% для всех предприятий, а для бирж, брокерских контор и предприятий по прибыли от посреднических операций и сделок – в размере 45%.

Анализируя данные нормы законодательства по налогу на прибыль, можно сделать вывод, что в 1992 г. налицо было установление более льготного режима налогообложения для сельскохозяйственных и охотохозяйственных производителей. При этом биржи и брокерские конторы, а также посреднические операции облагались налогом на прибыль по ставке, превышающей основную на 13%. Все это свидетельствовало о реализации внутренней протекционистской политики государства по отношению к производителям продукции, особенно сельскохозяйственного и охотохозяйственного назначения и установлении же-

стких условий работы для посреднических и брокерских компаний, которые не заняты непосредственно в производственной сфере.

В 1994 г. в число налогоплательщиков были введены кредитные и страховые организации. С 1995 г. для предприятий по прибыли, полученной от посреднических операций и сделок, бирж, брокерских контор, банков, других кредитных организаций и страховщиков была установлена ставка в размере 43%. В 1999 г. для этой категории плательщиков произошло снижение ставки до уровня 38%, а для всех остальных плательщиков – 30%. При этом произошло снижение отчислений по налогу на прибыль в доходы федерального бюджета до уровня 11%.

Третий этап – с 2002 г. по настоящее время. Новая ставка налога на прибыль с 1 января 2002 года составила 24% (с 2009 г. – 20%). Данный этап в современной налоговой системе можно назвать этапом кардинального изменения механизма исчисления налога на прибыль организаций. Основными положениями главы 25 стало снижение ставки налога и установление единой для всех налогоплательщиков, либерализация состава расходов, подлежащих вычету из величины доходов, а также отмена большинства налоговых льгот.

В 2002 году главой 25 НК РФ была установлена единая ставка налога на прибыль организаций в размере 24% без выделения отдельных категорий плательщиков, подлежащих налогообложению по более высоким ставкам. При безусловном снижении ставки налога было произведено уравнивание предприятий, занимающихся различными видами деятельности. Данное обстоятельство нельзя назвать положительным моментом в принятии нового закона. По нашему мнению, был нарушен принцип дифференцированного подхода к налогообложению прибыли предприятий, который должен был обеспечить более высокое обложение организаций, не занятых в сфере производства, в частности занимающихся посреднической деятельностью и обслуживанием финансовых операций. При этом было сохранено право законодательных органов субъектов федерации устанавливать пониженные ставки налога на прибыль для определенных категорий налогоплательщиков. Тем самым было предоставлено право на местах решать вопрос предоставления таких льгот.

В соответствии с главой 25 НК РФ предприятия могут списывать на себестоимость расходы на рекламу (без ограничений), представительские, внереализационные расходы (в том числе проценты по долгам), курсовые разницы, расходы на формирование резервов по сомнительным долгам, затраты на ликвидацию выводимых из эксплуатации основных средств и т.д. В полном объеме должны были платить налог на прибыль организации, использующие труд инвалидов, торгующие лекарствами, детским питанием, сельхозпродукцией и пр. Исчезла также инвестиционная льгота, позволяющая не платить налог с 50% прибыли, если эти средства вкладывались в развитие производства.

С введением главы 25 НК РФ важной новацией стало возникновение самостоятельной системы налогового учета.

Анализ эволюции налога на прибыль организаций за весь период его существования показал, что налог устанавливался, приобретал определенные черты в связи с развитием экономики России и тенденциями мировой практики.

Механизм функционирования современного налога на прибыль имеет ряд недостатков. Поэтому современное состояние законодательства по налогу на прибыль организаций требует дальнейшего совершенствования.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч.1 и 2.: Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2009. – 572 с.
2. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года "Об основах налоговой системы в Российской Федерации".
3. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года №2116-1 "О налоге на прибыль предприятий и организаций".
4. Закон №3317-1 от 16 июля 1992 г. "О внесении изменений и дополнений в налоговую систему России».
5. www.consultant.ru
6. www.garant.ru

ББК 74.5

ПРОЦЕСС САМООЦЕНКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА

Е.В. Вольных

Рубцовский индустриальный институт

В настоящее время основной тенденцией в области гарантий качества высшего и среднего образования становится перенос центра тяжести с процедур внешнего контроля качества деятельности образовательного учреждения (ОУ) на базе национальных систем аттестации и аккредитации в сторону внутренней самооценки на основе тех или иных моделей управления качеством. Это обеспечивает перенос ответственности за качество и оценку качества в учебное заведение.

Самооценка, как инструмент управления, позволяет организации получить всестороннюю картину своей деятельности, узнать, удовлетворены ли ее потребители, персонал, поставщики, общество, и на этой основе определить приоритетные направления для улучшений. Организационная самооценка способствует систематизации и структурированию менеджмента организации, позволяет проследить динамику улучшений и построить организацию, функционирующую на принципах постоянного совершенствования.

Цель самооценки заключается в предоставлении ОУ рекомендаций, основанных на фактах и данных, касающихся областей применения ресурсов для улучшения его деятельности. Самооценка может использоваться учебным заведением для сравнения своей деятельности с лучшими в определенном классе достижениями других ОУ или показателями мирового уровня в данной области (технология бенчмаркинга), а также может быть полезной при сравнении с поставленными ранее целями при повторных оценках степени достижения этих целей.

Таким образом, самооценка в принципе отвечает на следующие вопросы:

- Что мы делаем?

- Насколько хорошо мы это делаем?
- Что мы могли бы делать лучше?
- Как мы могли бы делать это лучше?

Первым вопросом при проведении самооценки образовательного учреждения является выбор метода самооценки, в основе которого лежит выбранная модель. Фактически метод самооценки представляет собой перечень требований к уровню организации процессов вуза, которые формулируются в виде критериев и подкритериев модели.

Метод самооценки по общепринятым критериям является для организации способом сопоставить свою деятельность и ее результаты с моделью работы организации, являющейся образцом, примером для остальных.

Международная практика показала, что проведение самооценки дает организации такие преимущества, как:

- использование при оценке своей деятельности и ее результатов единого комплекса критериев, который нашел широкое применение во многих странах;
- систематический подход к совершенствованию деятельности;
- получение объективных оценок, основанных на фактах, а не на личном восприятии отдельных работников или руководителей;
- выявление и анализ процессов, в которые можно ввести улучшения;
- определение глубины изменений, происшедших с момента проведения предыдущей самооценки;
- возможность сравнения с лучшими результатами, достигнутыми как в данной организации, так и в других.

Из наиболее распространенных моделей, основанных на самооценке, следует выделить:

- модель конкурса Рособнадзора и Рособразования «Системы обеспечения качества подготовки специалистов»;
- модель самооценки совершенствования деятельности образовательных учреждений в области менеджмента качества, разработанную Санкт-Петербургским государственным электротехническим университетом «ЛЭТИ», объединившую Бельгийско-нидерландскую модель улучшения качества высшего образования, основанную на модели Европейского фонда по менеджменту качества (EFQM) и модель конкурса Рособнадзора и Рособразования «Внутри-вузовские системы обеспечения качества подготовки специалистов»;
- модель Премии Правительства РФ в области качества.

Проанализировав содержание вышеперечисленных моделей, остановим свой выбор на модели самооценки, разработанной специалистами Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета (ЛЭТИ). Преимущества выбранной модели, на наш взгляд, заключаются в том, что она:

- наиболее полно отвечает поставленной цели проведения самооценки: диагностика существующего состояния деятельности факультета и определение основных направлений ее улучшения;
- основана на комплексном учете достоинств всех указанных выше моделей и в то же время наиболее полно отражает специфику деятельности вуза;

- может стать одним из первых шагов на пути внедрения СМК, так как в ней учтены основные положения стандартов ИСО серии 9000;
- не требует больших затрат: временных, на обучение и финансовых;
- содействует активному вовлечению персонала в процесс самооценки;
- результаты самооценки можно обработать быстро и представить в целостном виде, отражающем сильные и слабые стороны деятельности вуза.

Девять критериев рассматриваемой модели, как и в моделях, взятых за основу, сформированы в две группы: критерии группы «Возможности» и критерии группы «Результаты» (рисунок 1).

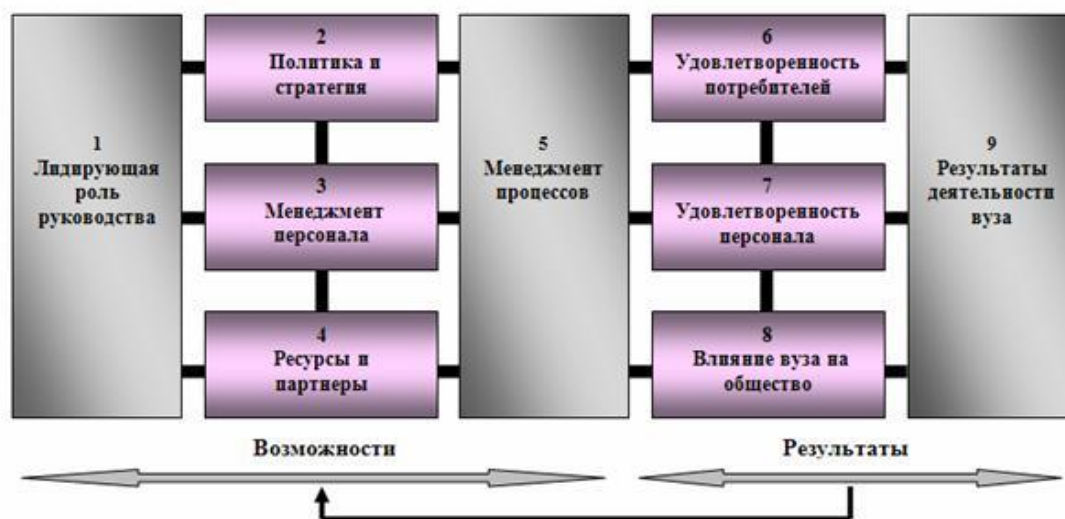


Рис. 1. Модель внутривузовской системы менеджмента качества высшего профессионального образования, предложенная СПбГЭТУ «ЛЭТИ»

Таким образом, эффективная система мониторинга качества образования в ОУ, основанная на самооценке, сама по себе обеспечивает объективную оценку и доверие к деятельности ОУ и приводит к существенной экономии материальных и временных ресурсов, выделяемых на проведение внешней экспертизы. Результаты самооценки становятся, с одной стороны, механизмом постоянного внутреннего улучшения системы качества, а с другой – могут представляться внешним проверяющим для их выборочной проверки.

Развертывание деятельности по самооценке, тем более при наличии в нашем вузе разработанной и внедренной системы менеджмента качества, построенной на принципах процессно-ориентированного подхода в рамках требований и рекомендаций стандартов серии ГОСТ Р ИСО 9001-2008, является гарантией того, что предоставляемые образовательные и научно-исследовательские услуги будут в должной мере соответствовать требованиям потребителей, что, соответственно, позволит поддержать и укрепить стратегическую позицию вуза.

Библиографический список

1. The EFQM Excellence Model: официальный сайт Европейского фонда менеджмента качества EFQM. – Режим доступа: www.efqm.org.

2. Соболев В.С., Степанов С.А., Щербаков А.Ю. Результаты апробации методики самооценки вуза на базе новой модели СМК : федеральный портал «Качество и образование». – Режим доступа: www.tqm.spb.ru/smkpage.shtml.

3. Самооценка деятельности организации на соответствие критериям Премий Правительства Российской Федерации в области качества. – М.: ВНИИС, 2006.

ББК 65.5-131+65.290.31

УДК 339.9:65

ПРОГРАММЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В ЕВРОСОЮЗЕ

В.А. Гражданкин

МИЭМиС Алтайского государственного университета, г. Барнаул

В работе представлены основные направления и программные мероприятия, направленные на развитие малого бизнеса в странах Европейского союза, а также обобщен опыт и рассмотрены вопросы внутрисоюзного взаимодействия.

Сектор малых и средних предприятий (далее МСП) является неотъемлемым элементом любой развитой хозяйственной системы, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать. Хотя уровень научно-технического и производственного потенциала любого государства определяют крупные предприятия, однако основой жизни этих стран является МСП как наиболее массовая, динамичная и гибкая форма деловой жизни. Это обусловлено большой социально-экономической значимостью изучаемого сектора МСП, который объединяет жизненные интересы основной массы населения, вовлеченной в повседневную трудовую деятельность. Социальная значимость малых предприятий (далее МП) определяется массовостью группы мелких собственников – владельцев малых предприятий и их наемных работников, общая численность которых является одной из наиболее существенных качественных характеристик любой страны с развитой рыночной экономикой.

Фундаментальные изменения во вкусах потребителей, технологиях, управленческих методах, финансовых рынках дают малому бизнесу преимущество над крупными организациями. Их не бюрократические структуры, вместе с концентрацией права принятия решения в руках владельца, позволяют МП извлекать выгоду из возможностей, которые появляются от изменений в окружающей среде.

Относительно небольшой капитал в МСП сужает рамки производства, ограничивает возможность привлечения дополнительных ресурсов (научно-технических, финансовых, производственных, трудовых и т.д.). Однако такие предприятия отличаются более высоким уровнем эффективности капиталовложений, чем в сфере крупного бизнеса.

К числу недостатков МП следует отнести сравнительно низкую доходность, высокую интенсивность труда, сложности с внедрением новых технологий, ограниченность собственных ресурсов и повышенный риск в конкурент-

ной борьбе, что приводит к постоянному обновлению в секторе малого предпринимательства вследствие массовых банкротств.

Ограниченность ресурсов малых и средних предприятий во многом определяет и относительно короткий жизненный цикл многих предприятий. По данным Всемирного банка, из вновь организуемых малых предприятий через год их существования в ряду действующих остается примерно 50%, через 3 года – 7-8%, и, наконец, через 5 лет остается не более 3%. Общее количество малых предприятий, как правило, растет или остается неизменным, на месте ликвидированных предприятий появляются новые. Сопоставление данных о выживаемости малых предприятий с относительной стабильностью их общей численности и объемами производства, указывают на высокую интенсивность внутренних реорганизационных процессов внутри сектора МСП, способствующую оптимизации использования их потенциала в условиях рыночной экономики.

По данным ООН, в мировой хозяйственной системе малые и средние предприятия являются работодателями почти для 50 процентов трудового населения всего мира. Объем производства в сфере МСП в различных странах составляет от 33 до 67% ВВП. Около половины изобретений и "ноу-хау", ими создается 60-70% новых рабочих мест.

В условиях циклических кризисов, а также при реструктуризации экономики и в процессе перехода к постиндустриальному развитию происходит спад производства в традиционных отраслях промышленности при постоянном сокращении занятости. В этих случаях ярко проявляется одна из важнейших особенностей малых и средних предприятий – возможность быстрой генерации новых рабочих мест, что в значительной мере ослабляет социальную напряженность в депрессивных зонах. Например, с 1980 г., в ходе реструктуризации американской экономики, было сокращено примерно 48 млн. рабочих мест, ликвидированных в неконкурентоспособных производствах. Однако в те же годы были созданы новые предприятия, которые предоставили 73 млн. рабочих мест в высокотехнологичных производствах. Малые предприятия в Швеции за последние два года трудоустроили 5,9% безработных [1].

В секторе МСП зарубежных стран действует подавляющее большинство предприятий, сосредоточена большая часть экономически активного населения и производится примерно половина ВВП. Так, удельный вес предприятий данного сектора МСП в Германии превышает 99% от их общем количестве.

Создавая новые рабочие места, владельцы малых предприятий нивелируют остроту явлений, обусловленных сложной производственной и социальной ситуацией (скрытая безработица, неполный рабочий день во многих отраслях и сферах экономики, высвобождение работников на крупных предприятиях), и дают определенную мотивацию к развитию инициативы, предприимчивости, интенсификации труда.

Сегодня малые и средние предприятия – это основа социально-экономической модели ЕС. В расширившемся Союзе насчитывается 23 миллиона мелких и средних предприятий, которые обеспечивают 70 процентов занятости, дают 57 процентов общего оборота и 53 процента добавленной стои-

мости. Малые и средние предприятия занимают подавляющую долю в таких отраслях экономики, как оптовая и розничная торговля, пищевая промышленность, строительство. Они стали стимулом развития конкуренции в европейской экономике, заставляют более крупные компании улучшать эффективность производства и внедрять новые технологии.

В последнее время в странах ЕС говорят, что данный сектор – это костяк экономики Европы. В занятости населения в Италии (47%) и Польше (41%) доминируют микро-предприятия с численностью работников до 10 человек. Несмотря на свое огромное значение для европейской экономики, предпринимательство не предпочтительно как вариант карьеры, так, около 60% граждан ЕС считают преждевременно создание собственного бизнеса. Если взять только экспорт, в таких странах, как Голландия, Бельгия, Германия, он достигает в отдельные годы 35-40% [2].

В разных странах – по разному подходят к определению малого бизнеса.

В большинстве промышленно развитых стран в числе критериев отнесения предприятий к категории малых указываются годовой оборот, активы и средняя списочная численность работников.

В странах Европейского союза 6 мая 2003 г. Европейская Комиссия приняла новые критерии выделения микро-, малого и среднего бизнеса. Новые стандарты были введены в действие с 1 января 2005 г.:

- средние предприятия – для них установлен предел от 50 до 249 занятых, при ежегодном обороте, не превышающем 50 миллионов евро, и с балансом предприятия до 43 миллионов евро;

- малые предприятия – 10-49 занятых, предел годового объёма оборота и баланса не более 10 миллионов евро;

- микропредприятия – менее 10 занятых, предел годового оборота и баланса не более 2 миллионов.

Таким образом, можно отметить различные подходы к определению малых предприятий и их высокую значимость для экономики зарубежных стран.

Они строятся на принципе создания наибольшего благоприятствования развитию сектора малого предпринимательства, особенно в тех направлениях деятельности, которые дают максимальный социально-экономический эффект в стране или регионе либо в совокупности стран (например, в Европейском союзе).

Для того чтобы стимулировать развитие малого среднего предпринимательства, в Европе была создана специальная система его регулирования и поддержки. Она начала складываться ещё в начале 1970-ых годов. Общим направлением политики Союза стало максимальное стимулирование развития малого среднего предпринимательства.

Основным фактором, определяющим политику поддержки малого среднего предпринимательства в ЕС, стала Европейская хартия для малых предприятий. В этом документе зафиксировано, что главы государств и правительств признают большой потенциал малого предпринимательства, а также подчёркивают важность развития духа предпринимательства и создания благоприятных условий для повторных попыток создания собственного дела даже в случае некоторых прежних неудач. Положения, изложенные в Хартии, были включены в

Многолетнюю программу по малому и среднему бизнесу (2001-2005 гг.), и уже в первый год в государствах Союза были запущены 11 проектов, призванные применить её положения на практике.

В ЕС получили развитие две формы государственной поддержки:

- разработка долгосрочных программ по МСП как основы законодательной базы;

- включение МСП в решение таких актуальных проблем, как улучшение административной и нормативной базы, финансовых и налоговых условий, предоставление информационных услуг и расширение сотрудничества, повышение конкурентоспособности и доступа к исследованиям, инновациям, обучению и т.д.

Большое значение имеет правовое регулирование. В последние годы в целях стимулирования малого бизнеса были разработаны и введены оригинальные юридические модели: Европейский пул экономических интересов, Европейская акционерная компания. Всё это позволяет малому среднему предпринимательству разных стран вступать в партнёрские отношения, решать проблемы противоречий национальных правовых систем, облегчает их участие в международных программах ЕС.

Как правило, европейская политика в сфере стимулирования малого и среднего бизнеса осуществляется на двух уровнях: через самостоятельную деятельность стран и через программы, реализуемые под эгидой ЕС. Мероприятия по поддержке малого бизнеса финансируются из Структурных фондов ЕС (например, Социального фонда, Фонда регионального развития и др.). Для улучшения регулирования и развития данного сектора была создана система наднациональных и национальных органов власти и организаций с действенным механизмом их взаимодействия.

На уровне ЕС действуют две главные программы финансирования сектора малого среднего предпринимательства. Одна из них направлена на обеспечение рискованым капиталом перспективных предприятий и предполагает выдачу кредитов в размере до 50% стартового капитала, а также покрытие до 50% эксплуатационных затрат со сроком погашения пять лет. Вторая – "Евротек" – создала сеть из 13 фондов взаимных гарантий, которые выделяют кредиты для инвестиций в высокотехнологичные проекты транснационального характера, помогают инвестировать в структурно-кризисные отрасли, а также в экологические проекты. Такое сотрудничество осуществляется в сетях: Interprise – поощрение прямых связей и соглашений между предпринимателями стран Европы; Europartenariat – стимулирование кооперативных связей в менее развитых регионах; BC-Net – конфиденциальный поиск партнёров за рубежом, в т.ч. за пределами ЕС; BRE – открытый подбор партнёров для создания совместных предприятий; сеть ЕвроИнфоЦентров, которые предоставляют малому и среднему бизнесу коммерческую информацию по самому широкому кругу вопросов [3].

Государственное финансирование может осуществляться как в виде прямого субсидирования, так и путём создания смешанных форм поддержки, пре-

доставления гарантий по возврату кредитов, выдачи их под льготные проценты, участия в капитале компаний.

Например, в Великобритании действует правительственная программа *Loon Quarantine Scheme*, главная цель которой – заинтересовать коммерческие банки в кредитовании малого и среднего бизнеса. По этой программе правительство гарантирует до 70% возможного невозврата кредита, а в неблагоприятных районах – до 85%. Процентная ставка при такой гарантии составляет 2,5% годовых, а в неблагоприятных районах – 2%. Гарантии правительства охватывают 70-80% кредитов, выдаваемых коммерческими банками малому бизнесу. На покрытие гарантий из государственного бюджета ежегодно выделяется около 50 млн. фунтов стерлингов.

В рамках реализации федеральных программ предоставляются кредиты для бизнеса на льготных условиях. Данные условия предусматривают низкую процентную ставку (5-8%) и длительные сроки кредитования (5-15 лет).

В Италии основными видами поддержки малого и среднего предпринимательства являются именно субсидирование и льготное кредитование. На оба эти направления расходуется ежегодно около 300 млн. евро. Кредиты выдаются на срок до 15 лет, а в случаях модернизации или расширения действующих фирм – до 10 лет. Процентная ставка с учетом размера кредита составляет 35-60% от рыночной.

Правительство Великобритании в январе 2009 г. приняло решение направить 1,3 млрд. фунтов стерлингов на краткосрочное кредитование малого бизнеса, оборот которых не превышает 25 млн. фунтов стерлингов, а также выделило 50 млрд. фунтов стерлингов на гарантирование кредитов в коммерческих банках для таких предприятий.

Для стимулирования появления новых компаний большинство стран-участниц ЕС предлагает венчурный капитал как средство развития новых предприятий. Например, бельгийская концепция "*Bourses de pre-activate*" предоставляет финансирование предварительного анализа и составления бизнес-плана, а "*Coupoles financiere des PME*" заключает в единую структуру инструментарий государственных финансов, обеспечивающий доступ к долгосрочному риску-капиталу и гарантиям. Греческое правительство создало фонд венчурного капитала для новых технологий и фонд для высокотехнологичных компаний. Австрийская программа финансирования стартового капитала "*Seed Financing Programme*" ориентирована на инновационные технологические бизнес-идеи. В Финляндии национальный Фонд Исследований и Разработки поддерживает стартовое финансирование для новых предприятий и инструменты стартового финансирования для технопарков и бизнес-инкубаторов. Шведский Инновационный Центр предоставляет ссуды с низкими процентными ставками предпринимателям на ранних стадиях развития инновационного бизнеса.

Еврокомиссией предусмотрено создание фондов стартового капитала в размере не менее 4 млн. евро. 12 фондов инвестировали 102 млн. евро в 114 новых компаний, что привело к созданию 1637 новых рабочих мест. Программа "*Guarantee Facility*" нацелена на стимулирование создания рабочих мест через поддержку инвестиционных мероприятий и повышение доступности ссудного

капитала. Она предусматривает предоставление четырех видов финансирования: традиционное ссудное финансирование, микроссуды, инвестиции в высокотехнологичные области и вложения в акционерный капитал.

Исследуя официальные данные ЕС, остановимся подробнее на основных положениях. Прежде всего, следует отметить, что в этих странах упростились процедуры открытия предприятий. В соответствии с новым планом (2009 год), регистрация нового предприятия не может быть более недели, а форме единоличного владения можно создать бизнес при минимальных затратах в 100 евро за два дня (в восьми странах ЕС). Предполагается, что произойдет снижение административных барьеров на 25% к 2012 году. Данный план предназначен для стимулирования интереса к предпринимательской деятельности молодого населения Европы.

В Евросоюзе пришли к выводу, что стоимость создания компании должна быть самой конкурентной в мире, а процедура – самой быстрой и свободной от бюрократии, рассматривается вопрос, чтобы она стала доступной on-line через Интернет, данное нововведение может оказаться полезным и для России.

В настоящее время минимальный капитал, необходимый для регистрации такой компании, варьируется от 1 EUR в Ирландии до 23 500 EUR в Соединенном Королевстве. Регистрация товарищества в Европе обходится дороже, а в Дании она бесплатна. Во Франции, Ирландии, Португалии, Финляндии, Швеции стоимость регистрации составляет менее 500 EUR, а в Великобритании – 40 фунт. стерл.

С целью создания удобных и понятных нормативных документов в большинстве стран ЕС применяются системы оценки влияния регулятивных документов (COB), которые позволяют удостовериться в том, что принятию всех новых законодательных актов предшествует анализ возможных альтернатив, а также стоимостной анализ процедур, анализ трудоемкости их прохождения для бизнеса и граждан, а также непосредственные консультации с предпринимателями. Например, в Дании, Италии, Австрии, Финляндии, Швеции и Соединенном Королевстве до принятия законов систематически анализируются возможные альтернативные пути регулирования (например – добровольные соглашения), разработаны системы, нацеленные на измерение бремени существующих законов для бизнеса, в последнее время стали использовать процедуру прекращения действия "лишних", устаревших, обременительных документов. На наш взгляд, такая процедура оценки нормативных актов может быть применима и в России.

Создается система, которая позволяет адаптировать малый бизнес к существующим разнообразным ситуациям, поэтому широко применяются тренинговые системы и консультации. Примерно 10% европейцев в возрасте 25-64 лет регулярно участвуют в тренингах.

Программы Европейского Социального Фонда (ЕСФ) сфокусированы на развитии человеческих ресурсов для малого бизнеса. В 2000-2006 годах ЕСФ было инвестировано до 8000 млн. евро в развитие предпринимательства. Также ЕСФ в ближайшее время планирует потратить 11000 млн. евро на развитие способности к адаптации, например, через обмен более эффективными техноло-

гиями между фирмами. Данное направление является актуальным, поскольку растущее число малых и микропредприятий рассматривают недостаток квалифицированной рабочей силы как свою главную проблему (для малых предприятий этот показатель вырос с 17% в 1999 г. до 30% в последние годы, а для микропредприятий – с 13 до 20%, соответственно).

Следует обратить внимание на то, что произошло улучшение доступа on-line. В докладах Еврокомиссии отмечается, что важно убедить органы власти в необходимости развития связи с сектором малого бизнеса через Интернет. МП смогут легко, оперативно и значительно дешевле получать консультации и получать различную информацию. Создание "электронного правительства" принесет выгоду обеим сторонам в плане оперативности, стоимости, эффективности и прозрачности. Число малых предприятий ЕС, использующих Интернет, постоянно растет – от 40% в 1999 г. до 80% в последнее время, микропредприятий, и с 67 до 81% соответственно для МП [4].

Стратегия развития внутреннего рынка акцентирует внимание на необходимости осуществления продолжительных мер по проведению структурных и экономических реформ при поддержке правительства – для повышения конкурентоспособности европейского бизнеса. Одна из четырех целей Стратегии заключается в улучшении бизнес-среды (например, упрощение процедур государственного заказа). Инициатива призвана адаптировать правила внутреннего рынка к технологическим изменениям, транслировать успешный опыт с целью повышения согласованности и сотрудничества между государствами-членами ЕС. Бюджет этой программы на период 2007-2013 гг. составляет 2.17 млрд. евро. Рынок государственных закупок в ЕС охватывает около одной шестой от общего объема ВВП. Необходимо отметить, что начиная с 2004 года ситуация в отношении МСП существенно улучшилась. Около 16% ВВП - это реализованные контракты на закупку для государственных нужд, что составляет около 1 800 млрд. евро. По итогам 2006 года, малые предприятия приняли участие в 64% от общего числа контрактов и выполнили работ на 42% от общего объема, что выше пороговых величин, которые были запланированы. Будет справедливо заметить, что средние компании учувствуют в государственных закупках гораздо успешнее, чем малые и микропредприятия.

Для разрешения этих проблем Европейская комиссия предложила ввести единые правила в области государственных закупок, которые предписывают государствам-членам ЕС информировать друг друга о предстоящих государственных закупках и придерживаться единых директив.

Существенное значение уделяется налоговым платежам. В документах ЕС отмечено, что налоговая система должна быть настроена таким образом, чтобы поощрять успехи в бизнесе, создание новых предприятий, экспансию исследуемого сектора на международном уровне, создание новых рабочих мест. Например, Германия освободила таких налогоплательщиков от налога с оборота и планирует налоговую реформу с принятием льгот для единоличных хозяйств. Франция уменьшила ставку налога на корпорации для предприятий с оборотом менее 7,6 млн. евро. Португалия упростила процедуру взимания налогов для предприятий с оборотом менее 150 000 Евро. Швеция позволяет своим пред-

принимателям откладывать часть своих налоговых платежей для реинвестиций. Италия разработала льготу в предоставлении налогового кредита для поддержки инвестиций в предприятия невыгодных отраслей. Греция, Австрия и Финляндия внесли поправки в свое законодательство о налогах на наследство и дарение – для облегчения процесса передачи бизнеса. Испания, Португалия и Соединенное Королевство разработали налоговые льготы для покупки малыми предприятиями ИТ-оборудования и проектов. Бельгия создала программу "Федеральный план +1+2+3", которая позволяет разово уменьшить взносы в фонды социального обеспечения при наборе в штат первого, второго и третьего работника.

Особое направление поддержки – это усиление технологической мощности малых предприятий и создание hi-tech предприятий. Например, Бельгия, Дания, Испания и Норвегия разработали меры по поощрению занятости в малом бизнесе технически квалифицированного персонала. Германия применяет несколько программ помощи технологичному бизнесу в получении начального капитала и консультации там, где рынок не способен их предоставить. Греция и Франция активно создают технопарки и бизнес-инкубаторы. Поощряется технологическая кооперация среди компаний разного размера, на локальном, национальном, Европейском и международном уровнях, а также кооперация между фирмами и образовательными учреждениями и исследовательскими институтами. В Нидерландах поощряется создание инновационных групп. В Швеции действует программа внедрения информационных технологий для фирм с числом работников 1-10. Около 15% бюджета 6-й рамочной программы ЕС (6th RTD Framework Programme) направлено на семь приоритетных направлений развития, зарезервированных за МСП. Это составляет около 1 700 млн. евро, что делает Рамочную Программу одним из самых мощных инструментов в области исследований и инноваций в мире. Коллективная программа совместных исследований CRAFT (Collective Research and Co-operative Research) предусматривает ассигнования на исследования в размере 450 млн. евро.

Следующее направление поддержки – это широкомасштабное внедрение моделей электронной коммерции и одновременно высококлассная поддержка бизнеса. Государственные организации всесторонне поддерживают Интернет-услуги, предоставляют возможность бесплатной публикации на сайтах оптовых поставщиков, оказывают консультационную поддержку начинающим и т.п.

Дополнительное внимание уделяется предприятиям инновационной деятельности, вложения в которые являются высокорискованными. Комиссия и государства-члены ЕС ведут совместную работу по выработке политики, направленной на создание комплексного и конкурентоспособного рынка рискованного капитала. На это выделено свыше одного миллиарда евро, с возможным увеличением до 30 млрд. евро, при поддержке Европейского инвестиционного фонда.

Более того, Эко-инновации объявлены приоритетным направлением поддержки, так как должны способствовать снижению воздействия на окружающую

щую среду, предотвращению загрязнения и обеспечению более эффективного, ответственного использования природных ресурсов.

Последняя государственная стратегия развития малого среднего предпринимательства разработана до 2020 гг., которая подразумевает создание в Европе самой динамично развивающейся и конкурентоспособной экономики, ключевую роль в которой должен занять малый бизнес.

Таким образом, основные цели государственной политики в отношении МСП в зарубежных странах можно сгруппировать следующим образом:

- ✓ создание благоприятных рыночных условий для развития МСП;
- ✓ поддержание равноправия сторон в рыночных отношениях;
- ✓ обеспечение конкурентного порядка и динамики деловой активности;
- ✓ создание новых рабочих мест, особенно в районах с застойной безработицей;
- ✓ минимизация социальных издержек в связи с обострением конкуренции.

В соответствии с этими целями в развитых странах определяются и основные принципы политики в отношении МСП. К числу важнейших принципов можно отнести:

1. Разработка ряда мероприятий, облегчающих возможность доступа к ресурсам и способствующих выравниванию шансов для вновь образованных предприятий, обладающих оригинальной и/или перспективной рыночной идеей.

2. Построение политики в отношении МСП таким образом, чтобы на государственном уровне вырабатывались общая стратегия, законодательное обеспечение и механизмы поддержки МСП, тогда как конкретная поддержка должна осуществляться на региональном и местном уровнях.

3. Проведение постоянного анализа состояния сектора МСП для определения его качественных и количественных изменений и выработки конкретных рекомендаций для правительств и общественных организаций, поддерживающих МСП.

Подводя итог, можно отметить, что государственная политика мировых держав и союзов направлена на создание и рост новых форм хозяйствования, экономическое развитие регионов и увеличение занятости, на активизацию инновационной деятельности, развитие электронного бизнеса и совершенствование системы обслуживания малых предприятий с целью обеспечения их экономической устойчивости и высокой конкурентоспособности на мировых рынках. Большие надежды мировых лидеров связаны с сектором малого бизнеса, который показал свой высокий потенциал и адаптационные возможности именно во время кризисов и рецессий.

Список использованной литературы

1. Гражданкин В.А. Малое предпринимательство в современных условиях: монография / В.А. Гражданкин. Барнаул: Изд-во АГАУ, 2009.

2. Facts and figures – Smes in Europe [Электронный ресурс]. – Название с экрана. – Режим доступа: <http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/en.htm>

3. Access to finance for small firms [Электронный ресурс]. – Название с экрана. – Режим доступа: http://www.ec.europa.eu/commission_barroso/president.htm

4. European portal SME policy [Электронный ресурс]. – Название с экрана. – Режим доступа: http://www.ec.europa.eu/enterprise/sme/policy_en.htm

ББК 65.290.31

УДК 33:65

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРИОДЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

О.А. Гражданкина

МИЭМиС Алтайского государственного университета, Барнаул

В основе исследования лежат данные о малых предприятиях, публикуемые Федеральной службой государственной статистики за период 1992 по 2009 гг. включительно, которые характеризуют динамику общего развития малого предпринимательства за последние 18 лет.

Одним из важнейших составляющих социально-экономического развития страны является малое предпринимательство. Независимость, ответственность, стабильность, использование инновационных технологий – уникальное сочетание этих параметров характеризует предпринимательство, активное развитие которого должно способствовать решению задачи по вхождению России к 2020 г. в пятерку стран-лидеров.

Малые предприятия стали неотъемлемой частью экономики большинства промышленно развитых стран. Активный рост доли малых предприятий в структуре экономики западных стран начал происходить с середины 80-х – начала 90-х годов.

Успешное развитие малого и среднего бизнеса в странах с развитой экономикой обусловлено тем, что крупное производство не противопоставляется мелкому, а проводится принцип кооперирования крупных и мелких предприятий, которые взаимно дополняют друг друга, особенно в сфере специализации отдельных производств и в инновационных разработках. Крупное производство в большей степени ориентируется на массовый, относительно однородный спрос. Малые предприятия успешно функционируют на небольших рыночных сегментах, придавая хозяйству гибкость, мобильность, способность к быстрым структурным и техническим сдвигам. Малые предприятия обычно строят свою деятельность исходя из потребностей и возможностей насыщения местного рынка, объема и структуры локального спроса.

Отправной точкой развития предпринимательской инициативы граждан стал Закон «О кооперации в СССР» 1987 г. Далее в соответствии с Постановлением Совета министров – Правительства Российской Федерации от 11 мая 1993 г. №446 «О первоочередных мерах по развитию государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации» к малым стали относить предприятия всех организационно-правовых форм как вновь созданные, так и действующие, со среднесписочной численностью работающих, не превышающей 200 человек, в том числе в промышленности и

строительстве – до 200 человек; в науке и научном обслуживании – до 100 человек; в других отраслях производственной сферы – до 50 человек; в отраслях непроизводственной сферы, розничной торговле и общественном питании – до 15 человек.

В соответствии с Федеральным законом от 14 июня 1995 г. №88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого предпринимательства отнесены коммерческие организации (юридические лица), в которых средняя численность работников за отчетный период не превышала установленных предельных уровней (малые предприятия): в производстве промышленной продукции, строительной и транспортной деятельности – 100 человек, сельскохозяйственной и научно-технической сфере – 60, в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – 30, в оптовой торговле и при осуществлении других видов деятельности – 50 человек.

С 1 января 2008 г. вступил в силу Федеральный закон от 24.07.2007 г. №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ», который выделил в отдельные группы: непосредственно малые предприятия с численностью работников от 16 до 100 человек включительно; микропредприятия с численностью работников от 1 до 15 человек включительно; индивидуальных предпринимателей. В связи с этим возможно некоторое снижение в будущем масштабных показателей деятельности субъектов малого предпринимательства, однако темпы развития, скорее всего, сохранятся. В работе не рассматривались показатели деятельности индивидуальных предпринимателей (ИП) ввиду отсутствия полной официальной информации, которая появится после проведения переписи субъектов малого бизнеса в 2011 г.

В современной России малый бизнес имеет недолгую историю. Его формирование как сектора экономики началось в конце 80-х годов XX века. При этом бурный рост числа малых предприятий пришелся на тот период (до 1995 г.), когда практически отсутствовало законодательное регулирование в данной области. Начиная с 1999 г. и на протяжении последующих трех лет количество малых предприятий сокращалось, и при этом увеличивалось число индивидуальных предпринимателей, что изменило взгляд на проблему малого бизнеса. Сейчас совершенно очевидно, что снижение темпов развития малого бизнеса, а тем более уменьшение числа малых предприятий, вовсе не результат насыщения ими экономики страны. Количество малых предприятий и индивидуальных предпринимателей в нашей стране значительно отстает от соответствующих показателей в зарубежных странах. Кроме того, малый бизнес занял далеко не все полагающиеся ему сферы российской экономики (например, производство и инновации).

Первым этапом становления малого бизнеса в современной России стал конец 80-х годов, который обусловил существенные льготы по всем налогам, более благоприятное положение дел в экономике. В этот период происходило быстрое и «легкое» накопление капиталов, развивались производство дефицитных товаров широкого потребления, сфера бытовых услуг, розничной торговли и общественного питания. «Оборотной стороной медали» было то, что малые

предприятия выполняли роль канала перекачки ресурсов государственных гигантов в теневую экономику, в пользу полукриминального псевдорыночного предпринимательства. В условиях провозглашения начала рыночных реформ российское малое предпринимательство продемонстрировало свои позитивные возможности. Его важнейшими функциями стали: социальное демпфирование, обеспечение выживания значительных слоев населения в условиях острого кризиса через «самозанятость», предоставление возможности получения дополнительных (помимо основной, часто лишь формальной занятости) средств к существованию.

Появление законов об индивидуальной трудовой деятельности и кооперации создало правовую базу для активного развития предпринимательства. Меньше чем за три года численность граждан, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью, возросла до 723 тыс. человек. Подтвердился потенциал малого предпринимательства в решении социальных проблем, в частности, вовлечения в общественное производство ограниченно трудоспособного населения. Так, более 41% зарегистрированных «индивидуалов» составляли пенсионеры, домохозяйки и инвалиды. Более половины лиц, занятых индивидуальной трудовой деятельностью, были ориентированы на производственную сферу. Столь же активно развивалось кооперативное движение. В период 1988-1991 гг. было зарегистрировано около 87 тысяч кооперативов, в которых на постоянной основе работало более полутора миллионов человек. Их доля в производстве ВВП уже через год с момента принятия закона о кооперации возросла с одного процента в четыре с половиной раза. Однако при этом выявилось несколькостораживающих специалистов тенденций. Во-первых, большинство кооперативов было ориентировано на сферу обращения. Во-вторых, сразу после завершения льготного периода налогообложения кооператоры стали активно уклоняться от налогов, используя разнообразные схемы занижения прибыли. В-третьих, получила распространение практика работы без оформления трудовых отношений. В-четвертых, несмотря на установленное законом и закрепленное уставом формальное равенство имущественных прав членов кооператива, многие из них фактически являлись частными предприятиями. С 1992 г. малое предпринимательство становится составным элементом массового процесса «учредительства». Через него несколько веков назад прошли все ныне высокоразвитые рыночные страны. Процесс бурного «учредительства» выразился в увеличении количества малых предприятий примерно на две трети. Причем в абсолютном выражении прирост малых предприятий превысил данные за предыдущий год. Примерно на миллион человек возросло число полностью занятых в малом бизнесе, достигнув рекордной величины в 8,63 млн человек [1]. В отраслевой структуре еще немного возросла доля торгово-посреднической деятельности и столь же немного уменьшилась доля сферы производства.

Финансовый кризис 1998 г. показал хрупкость и ненадежность сложившейся системы государственных финансов. Ухудшение внешней конъюнктуры вызвало резкое сокращение бюджетных доходов и подорвало доверие инвесторов. В результате государство оказалось не в состоянии исполнять свои расходные обязательства и проводить долговые выплаты.

После кризиса 1998 г. резко упали доходы бюджета, девальвация рубля привела к тому, что выплаты по погашению и обслуживанию внешнего долга оказались сопоставимыми с доходами федерального бюджета, а объем государственного долга достиг критического значения.

Следует отметить, что в это сложное время малое предпринимательство обеспечивало около 40 млн человек средствами к существованию. В некоторых регионах приносили существенные доходы в бюджет, например в Самарской области около 30%. После бурного роста резкая остановка в развитии в 1995 г. произвела эффект абсолютной неожиданности. Тогда шли дискуссии о том, как скоро численность российских малых предприятий достигнет 2-3 млн человек с объемом продукции 35-45% ВВП, т.е. о том времени, когда российское малое предпринимательство достигнет мировых стандартов (число предприятий на душу населения и т.п.). Бытовала точка зрения, что это может произойти в ближайшие два-три года.

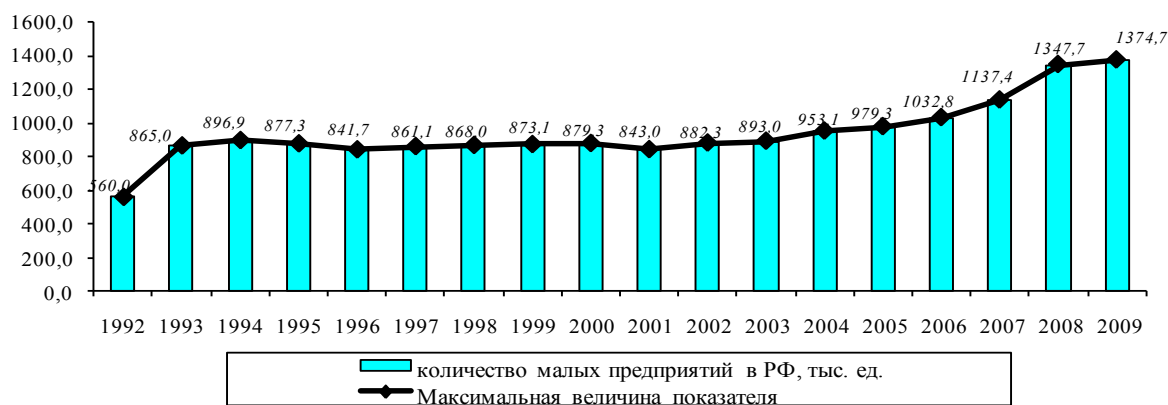


Рис. 1. Динамика количества малых предприятий в РФ, тысяч единиц

Данные, представленные на рисунке 1, показывают, что после 1995 г. произошло уменьшение показателя, на это могло повлиять нормативное изменение предельной численности при статистическом обследовании малых предприятий в соответствии с законодательными актами РФ. Следует обратить внимание на то, что отрицательная динамика стала проявляться до кризиса 1998 г., т.е. в этот период для малого бизнеса финансовые потрясения были не столь пагубными, как ожидалось. Так, медленный рост наблюдается начиная с 1997 г. и падение не в 1998 г., как следовало предположить, а в 2001 г., таким образом, внешние факторы, которые оказывают существенное влияние на крупный бизнес, не имеют прямого воздействия на субъекты малого предпринимательства, которые по мере сил и возможностей, стараются «выжить» в любых условиях.

Визуальный анализ графика, отражающего максимальную величину показателя, и проведенное нами исследование более раннего периода позволили выделить четыре периода развития малых предприятий в России:

- первый – переходный (середина 80-91-х годов XX века, не отражен на графике из-за разрозненных и несопоставимых статистических данных);
- второй – интенсивного роста (1992-1994 гг.);

- третий – незначительных колебаний или стагнации (1995-2003 гг.);
- четвертый – поступательного роста (начался с 2004 г.).

На первом этапе, краткая характеристика которого описана выше, статическая отчетность представлена разрозненными показателями, она не носила системного характера, поэтому проводить сопоставление с последующими этапами крайне затруднительно.

Построенная линия позволяет сделать вывод о линейности абсолютных изменений количества малых предприятий, то есть количество малых предприятий изменяется в арифметической прогрессии в последнем периоде. 2001 г. стал годом спада в развитии малого предпринимательства. При этом в последующие два года новая положительная тенденция была несколько замедлена, а в 2007 г. произошло увеличение прогрессии показателя, например, среднее линейное отклонение за четвертый период составило 4,48%. Исследователи считают, что основной причиной данного перелома послужили события, связанные со вступлением в силу пакета законов так называемой «1-й волны деbüroкратизации», во многом определившие его продолжительность и характер. Были приняты Федеральные законы от 08.08.2001 г. №134-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)», от 08.08.2001 г. №128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности», от 08.08.2001 г. №129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Кроме указанных законов, существенно снизивших административные барьеры, определенную роль в развитии малого предпринимательства сыграло изменение условий и введение новых специальных режимов налогообложения.

Так, в ходе налоговой реформы была снижена налоговая нагрузка на несырьевые отрасли, с одновременным увеличением изъятия в бюджет природной ренты, образующейся при добыче полезных ископаемых. Были снижены ставки всех основных налогов и отменены налоги, начисляемые на всю стоимость продукции и потому наиболее сильно искажающие нормальные стимулы для производителей (в частности, дестимулирующие повышение степени обработки) [2]. На рост количества малых предприятий существенное влияние оказывали и другие меры государственной политики. Среди них можно выделить следующие: реформа земельно-имущественных отношений: либерализация рынка земли, предоставления права льготного выкупа земельных участков – существенно упростившая ведение бизнеса в сельском хозяйстве; поправки в Таможенный кодекс Российской Федерации, упростившие процедуру переправки товаров через границу; поправки в Лесной кодекс, способствовавшие образованию малых предприятий в лесопереработке; проект «Доступное и комфортное жильё», стимулировавший повышение численности малых предприятий в сфере строительных услуг; меры по внедрению рыночного механизма в процесс исполнения ряда государственных функций в рамках административной реформы, стимулировавшие развитие соответствующих рынков для малых предприятий; кроме этого, определенное влияние на рост малых предприятий могла оказать судебная реформа.

Линейный характер ежегодного абсолютного прироста количества малых предприятий говорит о подверженности малого предпринимательства внешним ограничивающим факторам (общенациональной и отраслевой конъюнктуре), ведущим себя относительно стабильно в последние годы. При этом внутренние факторы развития малых предприятий, например, такие как предпринимательский талант, остаются скрытыми в предпринимательской массе и проявляются лишь в отдельных редких случаях.

Из представленных данных следует, что динамика развития малого предпринимательства в России не однонаправленна. Следует отметить, что при создании бизнеса начало отдаваться предпочтение организационно-правовой форме в виде индивидуального предпринимателя, а не юридического лица. Это связано с тем, что предприниматель – физическое лицо, которое имеет право в упрощенной форме вести документацию, в т.ч. трудовых, налоговых, финансовых, учетных и иных операций. Это явление отразилось на уменьшении количества малых предприятий – юридических лиц.

Перейдем к рассмотрению следующего показателя – численности занятых на малых предприятиях. Данные рисунка 2 показывают, что наибольший показатель среднесписочной численности был зафиксирован в 1995 г. Далее наблюдается резкое падение, более того, по прошествии последующих лет максимальное значение так и не достигнуто. Наименьшее значение за исследуемый период отмечено в 1992 г., когда учет малых форм хозяйствования приобрел системный характер и в 2001 г. С учетом работающих по договорам и по совместительству, а также предпринимателей, действующих без образования юридического лица, в середине 90-х годов в малом предпринимательстве было занято более 12 млн человек. На доходы от этого вида деятельности жили 25-27 млн россиян.

Сопоставляя данные двух графиков, можно сказать, что 2001 г. стал самым трудным для российских малых предприятий, его можно назвать критической точкой, сокращение работающих составило более 58%, а количества малых предприятий только на 6%, т.е. предприятия уменьшили штат сотрудников, сократив затраты не только на оплату труда, но и на налоги с этого фонда. Мы считаем, что этому может быть и другое объяснение: во-первых, неточности в данных государственной статистики, которая проводит обследование выборочным методом, второе – многие малые предприятия того времени работали «в тени». Начиная с 2002 г. ситуация начинает выравниваться, это отразилось на повышении среднесписочной численности работников на 11,4% и количестве малых предприятий на – 4,7%.

Визуальный анализ рисунка 2 позволяет выявить закономерности, аналогичные динамическому ряду предыдущего показателя. Также можно выделить три последних этапа, которые по времени совпадают с обозначенными нами ранее. Показатели относительных приростов, рассчитанные цепными методами, более наглядно демонстрируют поступательное развитие в последний период с 2004 г. Прослеживается более четкая линейность изменения численности по сравнению с изменением количества малых предприятий, колебания незначительные, а среднее линейное отклонение составило 2,6%.

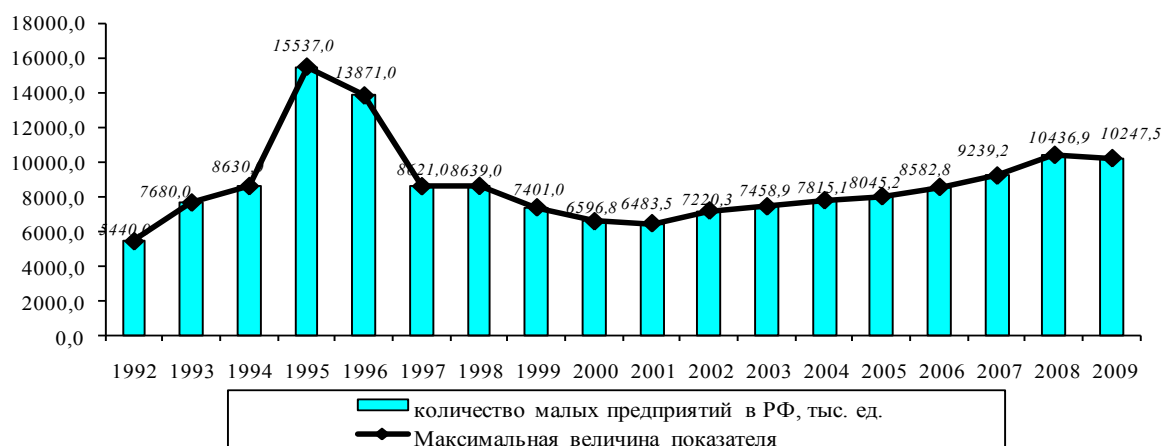


Рис. 2. Динамика среднесписочной численности работников на малых предприятиях России, тыс. человек (без внешних совместителей)

Необходимо отметить, что данные выводы подтверждаются расчетами парной корреляции. Коэффициент корреляционной зависимости на протяжении всего последнего периода исследования оставался близок к максимальному, колебался в пределах 0,9912-0,9989. Произведенные нами расчеты показывают, что прослеживается тенденция повышения зависимости между уровнем развития малого предпринимательства и уровнем социально-экономического развития данного региона, отражают их объективную взаимообусловленность и взаимозависимость. Большое влияние на развитие малого бизнеса оказывает численность населения: чем она больше, тем большее количество МП создано на данной территории, показатели корреляционной зависимости от 0,8389-0,8594 дают возможность заключить, что связь «сильная». Прослеживается сильная зависимость 0,8754-0,9367, между количеством занятых в экономике и количеством занятых на МП, причем в последнее время она имеет тенденцию к увеличению [3, с. 40].

Таким образом, для интенсивного развития малого бизнеса необходимы: высокий уровень развития инфраструктуры региона, начиная от автомобильных дорог, необходимых для транспортного сообщения, заканчивая Интернет-ресурсами, для обмена бизнес-информацией; высокая концентрация населения, которое имеет высокую покупательную способность; нормативно-правовое регулирование, которое позволит «выйти из тени» и официально повысит значимость МП в социально-экономических показателях региона и т.д.

Сложившаяся отраслевая структура малых предприятий за эти годы практически не изменилась. Непроизводственная сфера остается для малых предприятий более привлекательной, чем реальный сектор. Это вполне объяснимо, во-первых, самой спецификой данного сектора экономики, а во-вторых – мировой тенденцией доминирования (особенно в малом предпринимательстве) нематериальной сферы над производственной.

За исследуемый период наибольшее количество малых предприятий работало в торговле около 45%. Необходимо отметить, что оно практически не из-

меняется, начиная с 1992 г., и колеблется в пределах 49-45%; более чем вдвое увеличилась доля сельскохозяйственных предприятий с 1,2% в 1992 г. до 2,6% в 2006 г; сохраняется низкая доля обрабатывающего производства, которая практически не изменилась и колеблется в пределах 11-12,3% начиная с 1992 г.

Данные, представленные в таблице, показывают стабильное положение в строительстве на уровне 11%, однако ситуация изменилась в худшую сторону, поскольку на рубеже веков данный показатель был на уровне 15-16%. Положительная тенденция прослеживается в транспорте и связи: если в 1992 г. этот сектор составлял не более 2,5, то по истечении 15 лет он увеличился в два раза.

Таблица 1

Число малых предприятий по видам экономической деятельности

Наименование вида деятельности	2005		2006		2007		2008		2009	
	Тыс. единиц	% к итогу	Тыс. единиц	% к итогу	Тыс. единиц	% к итогу	Тыс. единиц	% к итогу	Тыс. единиц	% к итогу
Всего, из них	978,3	100,0	1032,8	100,0	1137,4	100,0	1346,7	100	1602,5	100
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	26,8	2,7	28,9	2,8	29,4	2,6	35,3	2,6	55,1	3,4
Обрабатывающие производства	120,0	12,3	123,4	12,0	128,6	11,3	144,5	10,7	165,3	10,3
Строительство	109,3	11,2	117,1	11,3	130,7	11,5	160,2	11,9	193,6	12,1
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	448,8	45,8	464,6	45,0	510,6	44,9	571,9	42,4	658,3	41,1
Транспорт и связь	44,3	4,5	50,3	4,9	57,3	5,0	73,4	5,4	93,1	5,8
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	151,9	15,5	163,3	15,8	181,3	15,9	236,0	17,5	288,6	18,0
Прочие	77,2	8,0	85,2	8,2	99,5	8,8	125,4	9,3	149,0	9,3

Подавляющее преобладание торговых малых предприятий стало обычным явлением для России. Открытие торгового предприятия изначально требует меньше финансовых, трудовых и иных нематериальных затрат, чем, например, открытие производственного предприятия. Это подтверждают и данные многочисленных исследований. По данным исследования «Мониторинг состояния малого предпринимательства в г. Москве в 2007 г.», проведенного НП «МЦРП» совместно с Межрегиональным маркетинговым центром (ММЦ), стартовая сумма, необходимая для открытия розничной торговли и общественного питания в Москве, составляет 379 тыс. долл., оптовой торговли – 316 тыс. долл., а производственного – 524 тыс. долл., т.е. существенно больше [3, с. 50].

Кроме того, для предприятий мелкой розничной торговли не требуется больших площадей нежилой недвижимости, тогда как для промышленных –

нехватка и дороговизна производственных площадей заставляют переносить производство в область.

Темпы и характер развития сектора малого предпринимательства в России не отвечают представлениям мирового сообщества об эффективной структуре конкурентной рыночной экономики, отличаются низким уровнем предпринимательской активности. Несмотря на ежегодный рост количества малых предприятий и соответствующий рост занятых на них, развитие малого бизнеса происходит по экстенсивному пути. Не произошло качественного приращения данного сектора. Не достигнуты показатели, которые соответствуют общеевропейским. Необходимо создавать стимулы для развития малого бизнеса по интенсивному пути.

Мониторинг процессов развития малого предпринимательства в последние годы подводит к двум *основным выводам*:

1) изменение макроэкономических условий почти не повлияло на структуру малого предпринимательства. Малый бизнес как начал развиваться на торговом «поле», так и продолжает развиваться в основном на нем, оставаясь наиболее высокодоходным видом бизнеса. Производящий малый бизнес находится в невыгодном положении;

2) успешное развитие малого предпринимательства невозможно без целенаправленной государственной поддержки, связанной с формированием благоприятной предпринимательской среды и созданием разветвленной инфраструктуры деловых услуг.

На нынешнем этапе развития предпринимательства действие рыночных механизмов приводит к тому, что предприятия малого бизнеса концентрируются в сферах деятельности с низкой фондоемкостью и высокой трудоемкостью. Названным параметрам на 100% соответствует социальная сфера. И данное обстоятельство следует воспринимать как объективный результат сегодняшней действительности – малый бизнес – в сфере услуг занял нишу, которая долго пустовала. Социальная сфера стала одной из самых быстроразвивающихся отраслей экономики, охватывая широкое поле деятельности – от торговли и транспорта до финансирования, страхования и посредничества самого разнообразного рода.

Особую роль в возрождении отечественной экономики могло бы сыграть предпринимательство, которое в условиях рынка выступает особым фактором в дополнение к денежным, материальным, человеческим и иным ресурсам. Малые предприятия, не требующие крупных стартовых инвестиций и гарантирующие высокую скорость оборота ресурсов, способны наиболее быстро и эффективно решать проблемы реструктуризации экономики, формирования и насыщения рынка потребительских товаров в условиях дестабилизации экономики и ограниченности финансовых ресурсов. Именно малое предпринимательство является мощным рычагом для решения комплекса политических, финансово-экономических и социальных проблем: формирования прогрессивной структуры экономики и конкурентной среды, расширения налогооблагаемой базы для бюджетов всех уровней, увеличения валового внутреннего продукта, снижения уровня безработицы и обеспечения занятости населения путем создания

новых предприятий и рабочих мест, уменьшения размера социальных трансфертов, насыщения рынка разнообразными товарами и услугами.

Библиографический список

1. Малое предпринимательство в России – 2010. Статистика [Электронный ресурс]. – Название с экрана. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b10_47/Main.htm
2. Бюджетная стратегии развития на период до 2023 г. [Электронный ресурс]. – Название с экрана. – Режим доступа: <http://www.minfin.ru/important/index.php>
3. Гражданкин В.А. Малое предпринимательство в современных условиях: монография / В.А. Гражданкин. Барнаул: Изд-во АГАУ, 2009.

ББК 65.29

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЗАРУБЕЖНЫХ КЛАСТЕРОВ

Е.В. Дирша

Рубцовский индустриальный институт

Исследования, посвященные результатам региональной кластеризации в зарубежных странах, дают достаточно полное представление о том, что такое кластеризация и какие последствия может дать ее реализация в регионах. В 1960-1970 гг. кластеры завоевали сильные позиции в мировой экономике как в традиционных отраслях промышленности (здесь интересен опыт Италии), так и в высокотехнологичных отраслях (например, Силиконовая долина). В 1990-е гг. кластеры были широко признаны как важный элемент стимулирования производительности труда в промышленности и инновационного потенциала предприятий, а также формирования новых видов коммерческой деятельности. В США активно используется кластерный подход к регулированию регионального развития. Сотни американских городов в таких штатах, как Аризона, Калифорния, Коннектикут, Флорида, Северная Каролина, Огайо, Орегон, Вашингтон, осуществили экономические программы развития на основе концепции кластеризации. В 1999 г. две ведущие американские ассоциации практического развития проводили национальные симпозиумы, посвященные изучению теорий кластеризации и анализу практического опыта в этой сфере.

В Европе города и регионы используют концепцию кластеризации даже с большим энтузиазмом, чем в США. Большинство стран – членов ЕС провело исследования по кластеризации в национальном масштабе или на уровне отдельных отраслей промышленности. В настоящее время невозможно представить процесс принятия стратегических управленческих решений на региональном уровне без учета специфики процессов кластеризации. Ценность концепции региональной кластеризации заключается в ее способности представлять систему региональной экономики в качестве единого взаимосвязанного комплекса, предоставляющего возможность принятия управленческих решений.

Следовательно, теория кластеризации – это не столько новшество в региональной теории и методах, сколько некий новый комплексный подход к оценке

региональных условий и тенденций развития, а также тех политических вызовов, которые влияют на эти условия и тенденции.

Итак, компании, входящие в состав региональных кластеров, оказываются все более вовлеченными в национальные и глобальные сети поставщиков, вместо того чтобы иметь только региональных поставщиков или клиентов. Такие компании находят поставщиков сырья, технологий или услуг вне границ региона, так как имеют возможность доступа к поиску подходящих образцов в глобальном масштабе. Существует реальная опасность того, что успешные в прошлом региональные кластеры окажутся не в состоянии адаптироваться к новым условиям. Те причины, которые в свое время оказали стимулирующее воздействие на их развитие, сегодня могут стать серьезным препятствием к восприятию новых идей и новых технологий. Региональная политика все более концентрируется на стимулировании кластеров и процессов кластеризации. Для некоторых стран развитие региональных кластеров представляет собой новую форму индустриальной политики. Инициативы по уточнению размещения, этапов развития кластеров и формулирования политики в этой области были приняты в таких странах, как Дания, Португалия и Великобритания.

Изучение зарубежного опыта показывает, что в содержательном плане "кластерная политика" в основном может быть двух типов:

- поддерживать рост существующих или зарождающихся региональных кластеров: правительство должно усиливать и надстраивать кластеры, а не пытаться создавать совершенно новые;
- обогащать процесс формирования политики в целом знаниями об опыте (положительном или неудачном) развития региональных кластеров.

Кластерная политика предполагает смещение центра тяжести от отдельных фирм к местным или региональным системам фирм, повышающим общую стоимость активов. Она подразумевает, что необходимо проявлять больше интереса к местным агломерациям, а не опираться исключительно на крупные фирмы. В центре внимания этой политики находятся местные процессы роста, а не привлечение внутренних инвестиций. Понятие региональных кластеров также указывает на то, что это политика, основанная на идее "выбора победителей", поскольку в центре внимания – стимулирование крепких или потенциально сильных сторон региональной промышленности. Этот отбор может быть организован "снизу вверх" как процесс, в котором участвуют местные органы власти, промышленность и эксперты. Он также связан с идеей стимулирования социальных процессов, например сотрудничества между местными партнерами на основе доверия, путем распространения знаний, а не вмешательства, например, через финансовые стимулы. Наконец, идея кластеризации связана с вопросом о роли органов власти как помощников или посредников между компаниями, с одной стороны, и между компаниями и инфраструктурой знания – с другой.

Политика поддержки региональных процессов кластеризации может включать в себя стимулирование модернизации кластеров с целью их превращения в новаторские сети и инновационные системы. Согласно распространенным в настоящее время представлениям, концепция региональной кластеризации

ции представляет собой часть механизма динамического индустриального развития. Эта концепция также рассматривается как образная демонстрация модели развития при проектировании соответствующей региональной стратегии, адаптированной к вызовам конкурентоспособности в условиях глобальной экономики [2].

Рассматривая опыт развития кластеров Финляндии, можно отметить, что он имеет особое значение для экономики Северо-Запада России. В этом регионе эволюционно сложились предпосылки для формирования аналогичных кластеров, которые по своим масштабам и потенциалу способны существенно превосходить финские. Можно уверенно говорить о наличии потенциальных кластеров на базе таких отраслей, как лесная промышленность (объединяющая лесное хозяйство, механическую и химическую деревообработку), металлургия и металлообработка (черная и цветная), топливно-энергетический сектор, пищевая промышленность, сектор информационных технологий и телекоммуникаций.

Кластерный подход к анализу структуры экономики стал исключительно популярным в Финляндии после того, как он впервые был использован для разработки промышленной политики страны в 1991-1993 годах. Дискуссии же по поводу развития кластеров начались раньше и основывались на книге Майкла Портера "Конкурентные преимущества наций", вышедшей впервые в 1990 году. Под влиянием теории Портера в Финляндии было инициировано масштабное исследование, окончательный отчет по которому был опубликован в 1995 году под названием *Advantage Finland – The Future of Finnish Industries*. В этой работе анализировалась структура, описывались тенденции развития и оценивались перспективы конкурентоспособности финских кластеров. Предварительные версии данного исследования, изданные значительно раньше на финском языке, вошли в учебные программы экономических вузов, курсов повышения квалификации менеджеров и государственных служащих, сделав кластерный подход к пониманию микро- и мезоэкономических процессов базовым аналитическим инструментом чиновников и управленцев всех уровней. Многие оценки и прогнозы, сделанные в рамках этого исследования, оказались пророческими, и промышленная политика, одной из основ которой наравне с построением национальной инновационной системы явился учет кластерной природы конкурентоспособных производств, принесла блестящие результаты.

Специалистами Института исследования экономики Финляндии (ETLA) методами анализа таблиц "затраты-выпуск" были идентифицированы девять основных кластеров: лесной, информационный и телекоммуникационный, металлургический, энергетический, бизнес-услуг, здравоохранения, машиностроительный, пищевой, строительный.

Индикаторами международной конкурентоспособности конечной продукции отраслей, объединенных в кластеры, в процессе исследования служили: превышение доли продукции данной отрасли на мировом рынке над суммарной долей страны в общей мировой торговле; превышение отраслевого экспорта над импортом. В то время как потенциальная конкурентоспособность фиксировалась в случае, если темпы роста объемов продаж, прибыли и инвестиций, а

также уровень производительности труда в данной отрасли выше среднеотраслевых в мире.

В настоящее время Финляндия, имея 0,5% мировых запасов лесных ресурсов, обеспечивает более 10% мирового экспорта продукции деревопереработки, в том числе 25% мирового экспорта качественной бумаги. Доля Финляндии на рынках телекоммуникационной продукции также исключительно высока для столь маленькой страны: около 30% рынка оборудования для мобильной связи и почти 40% рынка мобильных телефонов, что говорит об очень высоком уровне конкурентоспособности.

Устойчивые кластеры, к которым отнесены энергетический, металлургический и машиностроительный, демонстрируют позитивную динамику становления всех элементов кластера и внутрикластерного взаимодействия, однако пока еще не достигли необходимого уровня развития для получения уверенных выгод от агломерации.

Потенциальные кластеры – бизнес-услуги, здравоохранение – характеризуются неравномерным развитием структуры кластера и слабостью отдельных элементов. Однако при этом существуют выраженные конкурентные преимущества и фундаментальные факторы, способствующие дальнейшему их развитию.

Пищевой и строительный кластеры, хотя и объединяют целый ряд довольно успешных компаний – Valio, Fazer, Skanska, Kone, Tikkurilla и др., но в целом весьма далеки от полноценной кластерной структуры, и процессы ее формирования происходят достаточно медленно. Эти кластеры являются объектом внимания исследователей и государственных органов, но не рассматриваются как движущие силы экономического роста в стране.

В число ведущих фирм финских кластеров входят производственные и сервисные подразделения ряда крупных транснациональных компаний, таких как Eriksson, Siemens, Fujitsu, IBM и т.д. Создание производств и исследовательских центров в Финляндии крупными ТНК преследует не только и не столько цель приближения к потребителям, но во многом ориентировано на использование преимуществ квалифицированной рабочей силы и возможностей национальной инновационной системы.

В настоящее время лесной, а также информационный и телекоммуникационный кластеры являются важнейшими для экономики Финляндии, обеспечивая основной объем экспорта и формируя значительную часть ВВП страны. Целлюлозно-бумажные и деревообрабатывающие компании лесного кластера уже давно реализуют глобальную стратегию развития, активно приобретая компании за рубежом, и имеют один из самых высоких уровней производительности труда в промышленности как внутри страны, так и в мире. Кластер информационных и телекоммуникационных технологий (за последние 10 лет он эволюционировал из категории потенциальные кластеры в сильные во многом благодаря успешной промышленной политике), "выращенный" в качестве альтернативы ресурсоориентированному, работающему на "зрелом" рынке лесному кластеру, полностью оправдал ожидания, и сейчас в нем занято в 1,4 раза больше человек, чем в лесном. Хотя подавляющая часть продукции кластера

производится одной компанией Nokia, взлетевшей за последние годы на самую вершину мировых корпоративных рейтингов, созданные под этот сектор система образования, инновационная система, сеть связанных производств и услуг и т.д. обладают самостоятельной ценностью и формируют условия для развития устойчивых конкурентных преимуществ. Прогнозируемые темпы развития этого кластера до 2015 года составляют 8,1% в год, что более чем в 2,5 раза превышает ожидаемые темпы развития экономики в целом (3,2%). Metallургический и машиностроительный кластеры также являются сравнительно высоко развитыми для такой маленькой страны, как Финляндия. Конечной продукцией металлургического кластера выступают главным образом высокотехнологичные заготовки для машиностроения из различных видов сталей. Машиностроительный кластер представляет собой хороший пример взаимопроникновения кластеров. Его основной специализацией является производство оборудования для лесной промышленности, энергетики, металлургии и строительной отрасли, а также транспорта – направлений, по определению включенных в состав соответствующих кластеров.

Но интенсивное развитие специализированного машиностроения привело к формированию самостоятельного кластера со множеством специализированных поставщиков, сервисных и инжиниринговых компаний, исследовательских и инновационных центров. И хотя важным фактором конкурентоспособности и движущей силой развития производителей оборудования остается требовательный внутренний спрос, машиностроительные компании уже давно являются активными игроками на международном рынке. Например, Финляндия – лидер в производстве оборудования для целлюлозно-бумажной промышленности: удерживает 40% мирового рынка оборудования для производства целлюлозы и почти 30% рынка бумагоделательного оборудования. Развитие конкурентоспособности металлургического и машиностроительного кластеров будет происходить за счет углубления специализации и повышения добавленной стоимости в конечной продукции. Как ожидается, это обеспечит таким кластерам устойчивый среднегодовой рост объемов производства порядка 3% вплоть до 2015 года. Энергетический кластер, объединяющий нефте- и газохимические, электро-энергетические, инжиниринговые и энергомашиностроительные компании, традиционно характеризующиеся высокой энергоэффективностью и экологичностью используемых технологий, по прогнозам, будет расти средними темпами 3,2% в год.

Пищевой и строительный кластеры, а также кластер здравоохранения, ориентированные на обслуживание внутреннего рынка, являются важными с точки зрения обеспечения занятости, но в ближайшие 10-15 лет будут расти медленнее экономики в целом. Сравнительно новый кластер бизнес-услуг, наоборот, начнет понемногу укреплять свои позиции в экономике Финляндии.

Исследуя историю становления, а также важнейшие тенденции развития финских кластеров, можно выявить некоторые характерные черты. Во всех случаях важнейшим фактором современной конкурентоспособности кластеров является высокий уровень развития системы связанных институтов и отраслей. С одной стороны, это явилось результатом рыночных отношений и эффектив-

ной конкуренции, а в том, что касается формирования национальной инновационной системы и притока квалифицированных кадров, – безусловной заслугой государственной политики. Можно отметить интересный парадокс: эффективное развитие производства продукции с высокой добавленной стоимостью и активные инновации происходили в секторах, испытывавших недостаток природных ресурсов. Недостаток собственных энергоресурсов сформировал спрос на энергоэффективные технологии, относительный недостаток лесных ресурсов (для экспортоориентированного производства), металлов, химикатов стимулировал углубление процессов переработки сырья, предпринимательский расчет и грамотная промышленная политика обеспечили правильный выбор перспективных рыночных ниш и инвестиционных приоритетов. Можно ожидать, что в ближайшем будущем основную роль в обеспечении устойчивой конкурентоспособности для большинства кластеров будет играть фактор качества корпоративной стратегии. В частности, ключевым аспектом стратегического развития таких кластеров, как информационный и телекоммуникационный, лесной, энергетический и машиностроительный, будет являться глобализация операций, ориентация на потребителей конкретных региональных рынков, увеличение сервисной составляющей продукции, экспорт инжиниринговых услуг при сохранении лидерства в новых технологиях. Существенным моментом глобальной стратегии, на который обязательно будут делать ставку компании лесного, машиностроительного и энергетического кластеров, останется экологичность готовой продукции и используемых технологий. Для металлургического кластера основным направлением корпоративной стратегии, по всей видимости, станут повышение гибкости производства, рост за счет инвестиций, слияний и поглощений, а также корпоративные альянсы. Для строительного кластера, а также кластеров здравоохранения и бизнес-услуг важнейшим элементом будущей конкурентоспособности станут непрерывные инновации, а также растущий внутренний и внешний спрос [1].

Рассматривая кластеризацию в Германии, можно отметить, что развитие региональных кластеров в ней является естественным процессом. Термин «кластер» появился в контексте государственной экономической политики только в 2003 г. Однако многие кластеры до сих пор не имеют достаточных размеров или конкурентоспособности и до сих пор находятся в поиске способов выйти в лидеры. Такой регион, как Рур, пытается сменить специализацию с тяжелой промышленности на информационные технологии. Хотя такая смена специализации может быть отнесена к созданию кластера, очень небольшое число районов имеют четко выработанную политику по созданию и развитию кластера. Местные и центральные власти также систематически внедряют проекты по созданию и развитию кластеров в некоторых регионах.

Практически любые проекты (за исключением тех, что были отклонены федеральным правительством) могут быть внедрены властями региона или города на свой страх и риск. Центральное правительство внедряет большое число программ поддержки отдельных регионов и областей технологий, но более специфическое планирование развития кластера осуществляется местными властями, за счет чего проявляется специфика каждого региона.

На активность кластера, а следовательно, на его развитие, значительно влияет наличие и активность исследовательских институтов. Государство определяет сферу деятельности исследовательского института, снабжая его соответствующими полномочиями и оборудованием. В Баварии, например, существуют лица, называемые координаторами кластера, организующие взаимодействие агентов внутри кластера. Координаторы обычно выбираются из профессорской среды. Связи между бизнесом и академической средой в Германии налажены достаточно хорошо. Профессора университетов часто также заняты в исследовательских институтах, которые в свою очередь имеют тесные связи с частными фирмами.

Таким образом, исследовательские институты, чья цель заключается в передаче технологий, поддерживают тесную связь как с университетами, так и с промышленным сектором. На территории университетов профессорами часто открываются частные исследовательские центры. Их открывают с разрешения руководства университета, однако они являются независимыми юридическими лицами, которым университеты обычно предоставляют площади и оборудование.

Министерство образования и исследований Германии оказывает поддержку в международном обмене знаниями и ключевыми инновациями в таких отраслях, как здравоохранение, биотехнологии, информационные технологии, экология, транспорт, и поддерживает образовательные и научные программы за рубежом.

В США насчитывается около 300 кластеров: более 240 региональных кластеров плюс еще около 50 кластеров, образованных исключительно благодаря близости к природным ресурсам. Значительную роль в развитии кластеров и региональной экономики в целом имеют университеты.

Федеральное правительство США мало вовлечено в экономическую политику регионов. В то же время вовлечение федеральных властей в развитие регионов и высокотехнологичных отраслей увеличилось в последние три-четыре года. На уровне региональных властей поддержкой развития региона занимаются институты сотрудничества (*institutions for collaboration*), состоящие из представителей местной администрации, университетов, промышленных групп и исследовательских институтов. Программы центрального правительства нацелены преимущественно либо на поддержку отдельных отраслей (электроника, Интернет), либо на поддержку отдельных университетов и исследовательских центров.

В США университеты включены в экономику регионов еще со второй половины XIX века. В 1980 г. был выпущен Акт, определяющий порядок и правила осуществления сотрудничества между бизнесом и университетами. С 1970-х гг. университеты стали более открыты к финансированию со стороны частных фирм. Процедуры передачи технологий от университетов промышленному сектору четко прописаны в законодательстве США. Поэтому в этой стране сотрудничество бизнеса и академической среды имеет долгую историю и приносит соответствующие плоды. Причем это сотрудничество основано на принципе конкуренции – финансирование университета со стороны частного сектора

уменьшается или увеличивается в зависимости от результатов исследований. Однако есть и другая сторона медали: в последнее время говорят об излишней связи между бизнесом и университетами, не хватает баланса между регулярной деятельностью университета и деятельностью в рамках его сотрудничества с частным сектором.

В Китае были созданы особые зоны развития высокотехнологичных отраслей. В этих зонах Министерство науки и технологий и региональные власти совместно занимаются созданием и развитием кластеров в этих зонах. К 2002 г. в Китае было 53 особые зоны, в которых находится 28388 фирм с 3,49 млн. сотрудников и уровнем продаж на 1 трлн. юаней.

В Китае в процесс создания и развития кластеров вовлечены власти трех уровней: центральное правительство, правительство муниципалитетов и развитых зон. С одобрения центрального правительства правительство муниципалитета может создать на своей территории зону развития высокотехнологичных отраслей. Центральное правительство также отбирает фирмы, достойные особых привилегированных мер.

В 1985 г. была создана первая особая зона высоких технологий – высокотехнологичный индустриальный парк в Шеньжэне. В 1988 г. была создана Пекинская индустриальная зона. К 1991 г. в рамках программы развития инкубаторов Torch Program было создано 26 таких зон. В 2002 г. Китай заключил контракт с Сингапуром с целью усиления кооперации в четырех областях – информационные технологии, микроэлектроника, новые материалы и биологические науки (биология, биохимия, иммунология, генетика, физиология, экология и т.п.).

Сотрудничество бизнеса и университетов в КНР регулируется Комиссией по национальному развитию и реформам. Она принимала участие в реформировании 242 исследовательских институтов, связанных с государственными организациями, целью которого был переход от государственной исследовательской практики к частной. Кооперация между предпринимательской и академической средой осуществляется лишь в нескольких отраслях, таких как информационная технология, биотехнологии, но этот опыт распространяется и на другие области.

Так как в прошлом Китай сильно зависел от импортируемых технологий, мощности китайских фирм по осуществлению инноваций низки. В такой ситуации существует угроза увеличения разрыва между экономикой Китая и развитых стран. Чтобы справиться с этой проблемой, в 2001 г. было решено создать офисы лицензирования технологий в университетах. Этот шаг должен способствовать сотрудничеству бизнеса и академической среды, технологическим инновациям, повышению технологического уровня продукции.

Новая политика направлена на привлечение большего внимания коммерциализации результатов исследовательской работы. При внедрении данной политики также был запущен механизм конкуренции. Образцом для построения кластера в Китае стала Силиконовая долина и другие успешные примеры из-за границы. Несмотря на создание более чем 50 высокотехнологичных зон, их рентабельность сильно различается от региона к региону. Поэтому главной за-

дачей правительства в настоящий момент времени является устранение межрегиональных различий.

В Японии промышленные кластеры оказались под пристальным вниманием из-за спада в развитии экономики регионов с 1980-х гг. Каждый регион начал использовать пути стимулирования роста за счет собственных ресурсов, создавая венчурный бизнес и новые отрасли. В данном контексте региональные кластеры оказались новым типом концентрации промышленности, в которой университеты, исследовательские институты и корпоративные кластеры кооперируются. Этот тренд поддержало и правительство.

Сотрудничество бизнеса и академической среды в Японии стало активно развиваться в начале 1990-х после экономического кризиса. Исследования и разработки компаний стали все более ориентированными на коммерческий успех, а представители университетов стали стремиться к более наглядному проявлению пользы своей деятельности для общества. В созданных государством особых зонах регулирование заключения сделок с иностранными исследователями было облегчено с целью упростить и стимулировать персональный обмен с зарубежными университетами и исследовательскими институтами. В целом в Японии развитие региональных кластеров осуществляется при поддержке государства. Однако региональное сообщество проявляет все больше инициативы – ему предоставляется возможность внедрять большое количество проектов.

Глобализация торговли и инвестиций оказала негативные эффекты на двойственную экономику Японии, в которой, с одной стороны, высоко развито промышленное производство, а с другой – менее развиты продуктивное сельское хозяйство и сфера услуг. Крупнейшие производственные фирмы в Японии не такие, как в ОЭСР. Они постепенно перемещают свои производственные базы в другие азиатские страны, что приводит к тому, что в их регионах, которые во многом зависят от производства на экспорт, снижается занятость. Также явление старения населения в Японии выше, чем в других странах. В связи с этим для Японии особенно актуально развитие региональных кластеров и других видов кооперации [1].

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что кластеризация регионов в рассмотренных странах будет набирать обороты, так как локальные самодостаточные производственные сети в них начали замещаться глобальными производственными сетями. Странам с локальной экономикой необходимо активно стимулировать приток капиталов, интеллектуальных и человеческих ресурсов иностранных фирм и исследовательских институтов в регионе, усиливать партнерство и обмен внутри региона, а также заключать партнерства с зарубежными кластерами. Другими словами, региональный кластер должен стать местом, где непрерывно циркулируют человеческие ресурсы, организации и технологии.

Библиографический список

1. Семёнова Н. Кластеризация – новое явление в мировой экономике и политике [Электронный ресурс] / Н. Семёнова/ [http: //www.grebennikov – eurasia.ru](http://www.grebennikov – eurasia.ru)
2. Скоч А.В. Эффективность кластеризации региональной экономики / А.В. Скоч / Экономические стратегии, №05-06-2007. С. 156-159.

УДК 334.752

РОЯЛТИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ ФРАНЧАЙЗИНГА ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

Л.И. Ерохина, А.А. Нечитайло, С.А. Нечитайло

*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
Самарский государственный аэрокосмический университет
им. академика С.П. Королёва*

В статье рассмотрены отношения, возникающие между вузом-франчайзером и вузом-франчайзи, преимущества и недостатки франчайзинговых отношений, проникновение франшизы в сферу образовательных услуг региона. Франчайзинг рассмотрен как перспективный метод развития образовательных услуг региона. Даны основные методики применения роялти во взаимоотношениях вуза-франчайзера и вуза-франчайзи.

Одним из основных условий франчайзингового бизнеса являются обязательные отчисления (франшизная плата) вузу-владельцу торговой марки.

Согласие вуза-франчайзи на франшизную плату за использование имени или торговой марки вуза-франчайзера объясняется объективными причинами: во-первых, эти реквизиты хорошо известны клиентам и потребителям и тем самым гарантируют устойчивый сбыт образовательных услуг, а во-вторых, вместе с известным названием приходит соответствующий имидж, причастным к которому становится вуз-франчайзи. Вместе с покупкой франшизы приобретаются преимущества от уже апробированной концепции ведения образовательного процесса и существующего товарного знака. Именно за эти преимущества вуз-франчайзи будет делиться частью прибыли и пожертвует частью своей независимости [1, с. 5].

У вуза-франчайзера есть свобода выбора тех вузов, которые, по его мнению, будут наилучшим образом содействовать усилению его системы ведения образовательного процесса. В отличие от американского опыта в условиях складывающегося российского рынка пока отсутствует специальное законодательство по франчайзингу и ведение дел по этой системе должно согласовываться с действующим законодательством Российской Федерации по предпринимательству. В результате успех конкретного вуза будет зависеть от практического опыта и интуиции организаторов, от их умения правильно оценить ситуацию и людей, которые могут стать потенциальными партнерами, от способности предвидеть различные последствия принимаемых решений и подготовиться к ним [2, с. 112]. В конечном итоге франшизная плата, ее величина и

бесперебойность поступления определяются тем, насколько удачно выбраны вузы-франчайзи.

Для определения размера платы за пользование франшизой необходимо прежде всего провести предварительный финансовый анализ потенциального вуза-франчайзи. Этот анализ должен показать, что вуз-франчайзи будет иметь приемлемый доход на свои вложения после оплаты текущих расходов, долгов, выплат вузу-франчайзеру (если условием соглашения предусмотрены регулярные выплаты платежей роялти), расходов на рекламу (если такова имеется) и др. Если полученные результаты анализа не убедят потенциальных вузов-франчайзи в эффективности планируемого мероприятия, значит, у них отсутствуют необходимые предпосылки для участия в данной образовательной системе.

Финансовый анализ должен основываться на знаниях организационной и технической сторон процесса во всех их аспектах.

В любом случае в анализе потенциального (теоретического) вуза-франчайзи должно быть учтено следующее:

- оценка влияния на возможный доход различных расходов, связанных с капитальными вложениями на создание франчайзинговой сети (приобретение оборудования, ремонт помещений и изменения в их интерьере и архитектуре в соответствии с требованиями вуза-франчайзера и т.д.);

- решение организационных вопросов, связанных с поставками всевозможных товаров, УМКД, подбором кадров и затратами на их обучение, их влияние на объемы реализации образовательных услуг;

- анализ методов работы существующих конкурентов, уровня качества и цен оказываемых ими услуг;

- предполагаемые размеры выплат, которые должен будет делать вуз-франчайзи для поддержания системы франчайзинга в целом.

На заключительном этапе производится расчет теоретического баланса доходов и расходов, учитывающего в качестве расходных статей указанные выше предполагаемые, а также другие выплаты, исходя из реальных условий бизнеса и деятельности вуза-франчайзи. Например, при этом расчете нужно знать заранее, будет ли вуз-франчайзи работать и управлять подразделением сам или же будет нанимать управляющего. В последнем случае следует учесть дополнительные расходы, связанные с этим обстоятельством. Аналогично обстоит дело с оплатой работы юриста, бухгалтера, аудитора [3, с. 329].

Таким образом, проведенный анализ будет лучше отражать истинную отдачу от вложенного вузом-франчайзи капитала.

Предполагаемые размеры выплат, которые должен производить вуз-франчайзи для поддержания системы франчайзинга, необходимо сопоставить с планируемыми затратами вуза-франчайзера по созданию и развитию своей системы.

Дальнейшая работа должна быть связана с проведением финансового анализа системы франчайзера, для чего составляется баланс доходов и расходов, который даст возможность выявить величину требуемого капитала. Как и

ранее, для вуза-франчайзи производится аналогичный расчет предполагаемых доходов и расходов вуза-франчайзера.

В состав предполагаемых доходов необходимо включать:

- плату за франчайзинг (первоначальный взнос за работу в системе);
- выплаты вузом-франчайзи (платежи роялти – регулярные платежи в виде доли от получаемой прибыли);
- плату за сдаваемые в аренду помещения, оборудование (если она есть);
- прочие статьи доходов (бухгалтерские, компьютерные, консалтинговые, рекламные и другие услуги, если они оказываются по франчайзинговому соглашению).

Необходимо оценить и предполагаемые расходы вуза-франчайзера, которые включают (примерный перечень):

- затраты на рекламу франчайзинга;
- расходы по подготовке юридических документов, регистрации торговой марки и т.п.;
- расходы по подготовке учебных программ и инструкций;
- плата за арендуемые помещения (с коммунальными услугами);
- налоги и процентные выплаты;
- амортизацию;
- почтовые расходы;
- юридические и аудиторские услуги;
- прочие.

Сопоставление предполагаемых доходов и расходов в планируемой системе франчайзинга позволит определить, через какой период времени (дней, месяцев, лет) будет достигнута точка безубыточности (самоокупаемости) при различном соотношении проданных франшиз.

Только после проведения предварительного анализа предполагаемых доходов и расходов вуза-франчайзи и вуза-франчайзера может быть определен оптимальный размер платы за франшизу, который поставит в выгодные условия работы обе сотрудничающие стороны.

Далее необходимо определить, в каком виде следует установить плату за франшизу.

Назначив слишком высокую цену, вуз-франчайзер рискует потерять из-за ограничения или полного отсутствия претендентов на место франчайзи в высшем образовании. Назначив слишком низкую цену, вуз-франчайзер не получит необходимых средств для покрытия затрат по франчайзингу и в результате окажется в преддверии неминуемого краха в ближайшее время. Для России эта ситуация усугубляется инфляционными процессами в экономике.

Единых рецептов, определяющих вид взимаемой франшизной платы, не существует. Плата за право продавать услуги может взиматься с вуза-франчайзи в форме либо вступительного взноса, либо регулярных выплат (платежи роялти), либо представлять собой сочетание первых двух видов. Встречаются случаи, когда плата за франшизу включает не только указанные выше расходы, но и плату за рекламу, аренду, обучение и др.

Возникает вопрос: какие по экономическому характеру расходы необходимо компенсировать в получаемой плате за франшизу?

Вступительный взнос должен возместить организационные расходы франчайзера по открытию нового предприятия и единовременные производственные расходы (на рекламу, обучение персонала и др.). Во вступительный взнос включается также стоимость приобретаемой вузом-франчайзи лицензии. Текущие производственные расходы (издержки обращения, затраты на учебные материалы, текущая аренда, оплата услуг и др.) покрываются в форме платежей роялти, уровень которых может пересматриваться ежегодно. Таким образом, вступительный взнос можно определить на основе предварительных оценок. В то же время нужно учитывать, что одним из критериев при определении величины вступительного взноса является конкуренция. Естественно, нельзя назначить плату за франшизу выше, чем другие вузы-франчайзеры в этой же отрасли берут в качестве вступительного взноса. Не имея еще свидетельств и результатов своей хорошей работы, вузу-франчайзеру чрезвычайно рискованно устанавливать вступительный взнос выше или равный тому, который устанавливают вузы с устоявшейся положительной репутацией в этой области.

Многие начинающие вузы-франчайзеры недооценивают себя в такой ситуации. Немного позже, по мере нарастания интереса и с приходом успеха можно увеличить вступительные взносы в соответствии со спросом. Такая стратегия очень эффективна и может привести к повышению ценности франчайзингового предложения.

Когда и как взимаются вступительные взносы? Опыт зарубежных вузов показывает, что некоторые вузы-франчайзеры предпочитают взимать вступительные взносы отдельно: за обучение, маркетинг, рекламу, выбор места.

По нашему мнению, на практике дробление затрат – игра, порождающая больше вопросов, чем ответов. В наших экономических условиях лучше выделить в отдельные виды платежей арендные обязательства по долгосрочной и (или) текущей аренде. Поскольку при заключении соответствующих договоров обе стороны, согласовав стоимость объектов аренды, ее условия и сроки, могут проанализировать свои доходы и расходы, такое экономическое взаимопонимание партнеров будет хорошей основой деловых и человеческих отношений.

Вузы-франчайзи хотят и имеют право на получение услуг в обмен на единый вступительный взнос. Они не ожидают, что им придется платить отдельно, например, за маркетинг, консультирование и т.д. Вузы-франчайзи должны приобретать полный пакет прав при оформлении покупки в виде единого вступительного взноса.

Как вузы-франчайзеры взимают взносы? Некоторые вузы-франчайзеры требуют полной выплаты вступительного взноса сразу же по подписании соглашения о франчайзинге. Другие вузы-франчайзеры для привлечения большего количества претендентов делят выплаты на две части, например, 50% сразу и 50% после окончания обучения.

Некоторые франчайзинговые сделки зависят от выбора места и положения вузов-франчайзи, поэтому дополнительный взнос за консультирование, например, может быть присоединен к вступительному лицензионному взносу. В этом

случае вуз-франчайзер активно содействует становлению образовательного процесса конкретного вуза-франчайзи, покрывая произведенные затраты включением их в сумму вступительного взноса. Такая практика становится повсеместной в сфере образовательного франчайзинга в северной Америке и Европе.

Какой бы порядок взимания взноса ни был установлен, вуз-франчайзер должен всегда следовать одному правилу: никогда не разрешать вузу-франчайзи открывать заведение до тех пор, пока вступительные взносы полностью не выплачены. Товарный знак вуза-франчайзера – чрезвычайная ценность, которую нужно охранять.

Предоставление отдельным вузам-франчайзи свободы пользования достижениями франчайзинга уменьшает их ценность и может вызвать недовольство других вузов-франчайзи, которые дорого заплатили за право пользоваться ими. Следует помнить, что после открытия вуза-франчайзера нелегко заставить вуз-франчайзи выплатить этот долг, и в это время полученная образовательная программа будет использоваться бесплатно.

Умело составленное соглашение о франчайзинге защитит от неудач только тогда, когда одним из его пунктов будет пункт о вступительном и других взносах. Здесь требуются декларирование всех взносов, которые вуз-франчайзи выплачивает до и в течение работы в процессе по франчайзингу, включая вступительные лицензионные взносы, периодические или разовые взносы за услуги, рекламу, обучение и т.д. Необходимо также изложить в соглашении порядок выплаты взносов: например, в декларации говорится, что весь вступительный взнос в 10 млн. руб. выплачивается франчайзи следующим образом: 5 млн. руб. при подписании соглашения о франчайзинге, 2,5 млн. руб. за неделю до начала обучения и 2,5 млн. руб. после окончания обучения [4, с. 144].

Соглашение о франчайзинге представляет собой конечную стадию в процессе приобретения вузом франшизы. При его заключении финансовые требования будут являться определяющими в установлении стартовой цены франчайза, графика платежей, размеров роялти и т.д.

Библиографический список

1. Введение в франчайзинг [Текст] / Под ред. С.А. Силинга – Санкт-Петербург, 2004.
2. Дюмулен И.И. Международная торговля услугами [Текст] / И.И. Дюмулен – М.: Экономика, 2003.
3. Инновационный менеджмент. Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития [Текст] / В.М. Аньшин [и др.]. – Изд. 3-е, перераб. и доп. – М.: Дело, 2007.
4. Колесников В. Построение франчайзингового бизнеса. Курс для правообладателей и пользователей франшиз [Текст] / В. Колесников – Спб.: Питер, 2008.

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ НЕОДНОРОДНОСТЬ ОТДАЧИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

А.В. Корицкий

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье оценивается влияние уровня образования и фондовооружённости труда на различные доходы работников, занятых в экономике регионов России за период 2002-2007 гг., в зависимости от масштабов и уровня развития регионов. Применяется метод пространственного анализа с использованием относительных показателей и «взвешенной» регрессии. Показано наличие статистически значимых положительных связей относительных уровней доходов и заработной платы занятого в экономике регионов населения с относительным уровнем человеческого капитала и относительной фондовооружённости труда в регионах.

Введение. В современной зарубежной экономической литературе широко обсуждается понятие образовательных внешних эффектов (экстерналий образования), согласно которому выгоды от индивидуально приобретаемого образования не могут быть ограничены уровнем индивидуума, но легко «переливаются» к другим экономическим агентам, проявляясь на уровнях городов, регионов и стран. Эти представления отличаются от традиционного неоклассического подхода и опираются на предположение о существенной роли, которую образовательные экстерналии играют в экономическом росте. Под экстерналиями понимают внешние для участников сделок купли-продажи товаров или услуг выгоды или убытки, получаемые «третьими» лицами, не принимающими участия в сделках. Например, выгоды от научных открытий и изобретений, новых технологий и инноваций, которые получают многие экономические агенты, регионы и страны, зачастую не имеющие к их возникновению никакого отношения. Причинами их возникновения и распространения является положительное влияние образованных работников на производительность менее образованных коллег и «соседей», а также «переливы знаний» и «диффузии технологий», то есть научных открытий и изобретений, материализующихся в форме разнообразных выгод от технического прогресса и накопления знаний. Они «переливаются» от одних экономических агентов к другим, внутри фирм, городов, регионов и стран, а также между ними посредством торговли новым оборудованием, обучения новым методам труда и управления. Влияние «переливов знаний» и «диффузии технологий» в пространстве на экономический рост находится в центре внимания многих зарубежных экономистов. Примерами такого анализа могут служить работы М. Абрё, А. Де Гроота и Р. Флора [1], Р. Холла и Ч. Джонса [14], Ф. Каселли [11] и других видных экономистов. Смотри, например, обширные работы Ч. Джонса [16], Р. Барро и Х. Сало-и-Мартина [7], с обзорами теорий и моделей экономического роста в которых используются разные модификации расширенной производственной функции, с человеческим капиталом, трудом и физическим капиталом в качестве факторов производства. В них описываются также модели экономического роста с использованием концепций «диффузии» технологий, «перелива» знаний и проводится их эмпирическое тестирование.

Э. Ханушек сформулировал данную точку зрения следующим образом: «Если высококвалифицированная рабочая сила разрешает применять совершенно новую технологию или привнесённую ранее в цикле развития, увеличение образования данного индивидуума может повлиять на других работников в экономике. Или, если улучшение способностей лучших студентов ведёт к более быстрым изобретениям и развитию новых технологий, возникают «переливы» образовательных инвестиций» [15, р. 168].

Очевидно, что индивидуальные инвестиции в человеческий капитал могут иметь внешние для индивида социальные последствия, которые, в свою очередь, формируют косвенные экономические выгоды у «третьих» лиц. Как показано Б. Сианези и И. Рииненом, большее образование населения связано с лучшим здоровьем, лучшим отцовством и материнством, более низкой преступностью, лучшим природным окружением, широким политическим и общественным сотрудничеством, большей социальной сплочённостью, каждое из которых, в свою очередь, имеет обратные связи с экономическим ростом [17, р. 5-6]. Существование положительных для всей экономики образовательных «переливов», не учитываемых при принятии индивидуальных решений о собственных инвестициях в образование, является важным экономическим обоснованием для общественной, в том числе государственной, поддержки образования.

В современной экономической литературе выделяются два основных подхода к анализу влияния человеческого капитала на производительность экономики.

В первом подходе используется расширенная неоклассическая схема производственной функции, в которую включён дополнительный фактор производства – человеческий капитал. Человеческий капитал в макроэкономических эмпирических исследованиях зарубежных и отечественных экономистов представлен, чаще всего, переменными «среднее число лет обучения одного работника», занятого в экономике города, региона или страны, или «доля занятых с высшим образованием» в общей численности занятого населения. Поскольку он оценён на макроэкономическом уровне, то это позволяет включить в расчёт внешние эффекты (экстерналии) человеческого капитала, которые не проявляются полностью на микроэкономическом уровне.

Во втором подходе, с позиций эндогенного роста («новой теории роста»), предполагается, что должно существовать дополнительное влияние человеческого капитала на экономическое развитие, помимо его непосредственного влияния на уровень выпуска и доходов. Данный подход основан на представлении, что высокий темп инноваций возможен только в экономике, богатой человеческим капиталом, то есть при более высоком уровне образования населения. Возрастающий уровень человеческого капитала в регионе или стране оказывает положительное влияние на темп роста производительности труда, а факторы, вызывающие эндогенный рост (в особенности технологические изменения), прямо связаны с запасом человеческого капитала [9, р. 5].

В общей теории экономического роста, развитой О. Галором и Д. Вейлом [13, р. 5], доказывается, что ускорение технологического прогресса происходит благодаря растущей плотности населения и урбанизации. Формирование чело-

веческого капитала в стране и следующий затем технологический прогресс вызывают демографический переход, дающий возможность экономике перевести большую долю продукции в накопление факторов производства и, как следствие, в рост доходов на душу населения. В работе Р. Бучеккине, Д. де ла Кроикса и Д. Пеетерса развита количественная теория, которая описывает влияние плотности населения на формирование человеческого капитала как первичное по отношению к Индустриальной Революции и движущую силу индустриализации [13, р. 5]. Как считают Д. де ла Кроикс, Т. Линдт и Б. Малмберг, «возрастание плотности населения делает создание школ выгодным, стимулирует формирование человеческого капитала (а потому и технического прогресса) и экономический рост» [10, р. 8]. Возрастающая плотность населения и урбанизация облегчают процессы диффузии знаний и технологий между людьми, фирмами, городами и странами и, как следствие, ускоряют технический прогресс, приводят к росту общей факторной производительности.

По мнению А. Чикконе и Г. Пери, экстерналии агрегированного человеческого капитала могут помочь объяснить межстрановые различия в экономическом развитии, недостаточные потоки капитала в бедные страны, влияние агломераций на экономический рост и другие макроэкономические феномены [12].

Теоретические и эмпирические исследования влияния человеческого капитала на экономическое развитие проводятся и российскими экономистами. Например, Е. Гвоздева и Т. Штерцер с использованием регрессионного анализа на основе данных российской региональной статистики выявили положительное влияние человеческого капитала на производительность труда в регионах России в 2002 и 2004 годах [3]. Среди работ, в которых используется регрессионный (пространственный) анализ, на основе данных российской региональной статистики, и оценивается влияние человеческого капитала на экономический рост и инновационную активность в регионах России, можно выделить работы Т.А. Штерцера [6], а также А.В. Комаровой и О.В. Павшок [4]. В работе Т.А. Штерцера показано наличие положительного влияния человеческого капитала на производительность труда (измеряемую объёмом ВРП в расчёте на одного работника) в экономиках регионов России в период 2000-2004 гг. Как показал автор, рост человеческого капитала (измеряемого средним числом лет обучения работника) на один процент приводит к росту производительности труда на 3,8% [6, с. 46]. В работе А.В. Комаровой и О.В. Павшок показано наличие положительного влияния человеческого капитала на темпы экономического роста в регионах России в период 1998-2003 гг. Величина человеческого капитала измерялась авторами последней работы тремя способами: по доле выпускников вузов в численности работников, по заработной плате и по инвестициям в образование. В зависимости от группы регионов и способа оценки человеческого капитала, его вклад в экономический рост колебался от 10 до 28%, в среднем он составил 18%. Для регионов России с ВРП ниже среднего уровня средний вклад составил 15%, для регионов с ВРП выше среднего уровня – 21% [4, с. 197]. Содержательный обзор зарубежных и отечественных исследований эндо-

генного экономического роста приводится в работе А. Баранова и Д. Неустроева [1].

Малочисленность теоретических и эмпирических исследований российских экономистов влияния человеческого капитала на доходы населения и экономический рост, по сравнению с аналогичными работами за рубежом, при растущем интересе к данной проблематике и росте числа общетеоретических работ по человеческому капиталу, придаёт эмпирическим исследованиям с использованием пространственного анализа в России особенную ценность и актуальность.

Как уже отмечалось, важной позитивной экстерналией, часто ассоциируемой с образованием, является экономический рост. С данной точки зрения, образование повышает не только производительность самих образованных людей, но и производительность их коллег и соседей, следовательно, в регионах с большим запасом человеческого капитала и большей плотностью населения интенсивнее протекает научно-технический прогресс, быстрее повышаются производительность труда и доходы населения. Попытаемся провести эмпирическую проверку данного утверждения с помощью регрессионного анализа на материалах российской региональной статистики за период 2002-2007 гг.

Методика расчётов. Исходная модель описывается расширенной производственной функцией, включающей в качестве факторов производства фондovoоружённость труда и человеческий капитал (1):

$$\hat{y}_i = A \hat{k}_i^\alpha \hat{h}_i^\gamma . \quad (1)$$

Соответствующее уравнение регрессии (производственная функция в логарифмированном виде) приобретает следующую форму:

$$\ln \hat{y}_{it} = \ln A + \alpha \ln \hat{k}_{it} + \gamma \ln \hat{h}_{it} + \varepsilon_i . \quad (2)$$

В качестве зависимых переменных использовались:

А) $\hat{y}_{it} = \frac{\bar{y}_{it}}{y_{it}}$ – «относительные доходы» в расчёте на одного занятого в

экономике i -го региона в году t , рассчитанные как отношение средних номинальных доходов в расчёте на одного занятого \bar{y}_{it} в i -м регионе в t -м году к средним для данного года доходам работающего населения регионов y_{it} , включённых в расчёт для каждого года t ;

Б) $\hat{w}_{it} = \frac{\bar{w}_{it}}{w_{it}}$ «относительная среднемесячная заработная плата», рассчитанная аналогичным методом;

$$B) \hat{d}_{it} = \frac{d_{it}}{\bar{d}_{it}} - \text{«относительная разница среднемесячных доходов и среднемесячной заработной платы»}, \text{ рассчитанная аналогичным методом.}$$

Независимые переменные:

$$a) \hat{h}_{it} = \frac{h_{it}}{\bar{h}_{it}} - \text{относительная средняя продолжительность образования (h)}$$

одного занятого в экономике региона, рассчитанная как отношение средней продолжительности образования занятого в экономике данного региона в данном году населения к среднеарифметической продолжительности образования для всех регионов, включённых в расчёт в данном году;

$$б) \hat{h}_{it} = \frac{h_{it}}{\bar{h}_{it}} - \text{относительная доля занятых с высшим образованием в общей численности занятых в экономике регионов в данном году, рассчитанная аналогичным способом;}$$

аналогичным способом;

$$B) \hat{k}_{it} = \frac{k_{it}}{\bar{k}_{it}} - \text{относительная фондовооружённость труда (k), то есть фондовооружённость труда одного работника, занятого в экономике региона, поделённая на среднеарифметическую фондовооружённость труда для всех регионов, включённых в расчёт в данном году.}$$

относительная фондовооружённость труда одного работника, занятого в экономике региона, поделённая на среднеарифметическую фондовооружённость труда для всех регионов, включённых в расчёт в данном году.

Относительные показатели использовались с целью избежать искажающего влияния на показатели доходов и основных фондов регионов за разные годы инфляционных процессов, довольно интенсивно протекавших в российской экономике в рассматриваемый период. Такая методика уже применялась ранее автором [5]. Перевод номинальных экономических показателей в относительные позволяет объединить статистические данные за ряд лет, повысить статистическую надёжность результатов расчётов коэффициентов регрессионных уравнений за счёт роста числа наблюдений и получить возможность делать группировки регионов по уровню развития без потери надёжности расчётов.

Для учёта специфических особенностей российских регионов, которые существенно различаются по масштабам и уровню экономического развития, используется «взвешенная» регрессия, в качестве «весовой» переменной используется «доля расходов и сбережений» населения данного региона в данном году в общей сумме расходов и сбережений населения всех регионов, включённых в расчёт.

Результаты расчётов уравнения регрессии (2) для зависимой переменной «относительные доходы» в период 2002-2007 гг. для всех регионов России, информация по которым была доступна, представлены в таблице 1. Можно отметить, что коэффициенты детерминации достаточно высоки, они колеблются от 74 до 85%. Все коэффициенты при независимых переменных, характеризующих человеческий капитал, статистически значимы на 1% уровне. Наиболее ве-

лики коэффициенты эластичности (нестандартизованные коэффициенты γ (B)) по человеческому капиталу для переменной «относительная разница доходов и заработной платы в расчёте на одного занятого». Стандартизованные коэффициенты γ (Beta)) также довольно велики для данного варианта расчёта – они составляют 83-86%, в зависимости от переменной, представляющей человеческий капитал (табл. 1).

Таблица 1

Взаимосвязь относительных доходов в расчёте на одного занятого с относительной фондовооружённостью труда и относительным человеческим капиталом регионов России в 2002-2007 гг. (все регионы)

Показатель регрессии	Человеческий капитал – доля занятых с высшим образованием			Человеческий капитал – средний уровень образования занятого населения		
	y_{it}	w_{it}	d_{it}	y_{it}	w_{it}	d_{it}
Конст. ln A	0,091*	0,008	0,128*	0,038*	-0,02**	0,052*
Станд. ошибка	0,011	0,008	0,018	0,011	0,008	0,018
t - стат-ка	8,585	0,950	7,254	3,644	-2,420	2,852
Значимость	0,000	0,342	0,000	0,000	0,016	0,005
Коэф. α (B)	0,442*	0,625*	0,123*	0,342*	0,578*	-0,024
Станд. ош.	0,019	0,015	0,031	0,018	0,014	0,032
α (Beta)	0,436*	0,767*	0,092*	0,338*	0,709*	-0,018
t - стат-ка	23,638	42,786	3,945	18,828	41,119	-0,769
Значимость	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,422
Коэф. γ (B)	1,120*	0,478*	1,704*	9,840*	4,409*	14,834*
Станд. ошибка	0,028	0,022	0,047	0,231	0,179	0,401
Коэф. γ (Beta)	0,729*	0,387*	0,833*	0,764*	0,426*	0,865*
t - стат-ка	39,56	21,589	35,916	42,560	24,675	36,985
Значимость	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Коэф. дет-ции F	0,829	0,838	0,728	0,847	0,858	0,740
R – уровень	1254,45	1341,50	696,247	1433,45	1573,52	737,392
Кол-во рег. (наблюдений)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	522	522	522	522	522	522

- *) Параметр имеет 1% значимость.
- **) Параметр имеет 5% значимость.
- ***) Параметр имеет 10% значимость.

Данный факт, по-видимому, показывает, что наиболее чувствительны к величине накопленного в экономике регионов неосязаемого человеческого капитала доходы от предпринимательской деятельности, от собственности и прочие доходы (включая скрытую заработную плату), составляющие более 90% переменной «разница доходов и заработной платы». Коэффициент при переменной «относительная фондовооружённость труда» во втором варианте расчёта (при использовании в качестве представителя человеческого капитала переменной «относительная продолжительность образования одного занятого») оказался статистически малозначимым. Довольно велики коэффициенты эластичности по «относительной фондовооружённости» для зависимой переменной «относительная среднемесячная начисленная заработная плата», они составляют 0,62 для первого варианта расчёта и почти 0,58 для второго. Таким образом, вариация заработной платы по регионам России в наибольшей степени зависит, по-видимому, от фондовооружённости труда, а не от уровня накопленного челове-

ческого капитала, а вариация доходов, не входящих в «легальную» заработную плату, в наибольшей степени зависит от неосязаемого человеческого капитала, то есть от уровня накопленных работниками знаний.

Для выявления зависимости уровней эластичностей зависимых переменных от «относительной фондовооружённости труда» и человеческого капитала от масштабов экономик и степени урбанизации регионов, все регионы России разбиты на две группы. В первую включены наиболее крупные и экономически развитые регионы, каждый из которых имеет долю более одного процента всех расходов и сбережений населения всех регионов, включённых в расчёт, а во вторую группу включены остальные регионы России. В первую группу попали 26 регионов, в том числе: г. Москва (доля которой составляла в разные годы от 0,19 до 0,25), Московская область и Санкт-Петербург (доли которых варьируются от 0,05 до 0,06), ряд других регионов, в которых находятся города-миллионеры, а также сравнительно крупные и хорошо заселённые регионы с крупными городами, такие как Краснодарский, Алтайский и Хабаровский край, Воронежская и Саратовская области (доли которых в совокупных расходах и сбережениях населения регионов РФ составляют 0,01 или выше). Результаты расчёта того же уравнения регрессии для первой группы представлены в таблице 2.

Все показатели качества подгонки регрессионных уравнений в данном случае лучше, чем в предыдущем. Коэффициенты детерминации колеблются от 75 до 90%, заметно выросли коэффициенты эластичности всех показателей относительных доходов по переменным, представляющим человеческий капитал.

Очевидно, что в 26 наиболее населённых, урбанизированных и экономически развитых регионах России, доля которых в совокупных расходах и сбережениях населения России составляла, в среднем, несколько выше 75%, влияние человеческого капитала на вариацию всех видов доходов населения заметно выше, чем в целом по всем регионам. Чтобы убедиться в наличии такой закономерности, проведём расчёты уравнения регрессии (2) для второй, наиболее многочисленной группы регионов (61 регион), доля которых в совокупных расходах и сбережениях населения России составляет менее 25%. Результаты расчёта представлены в таблице 3.

Все показатели качества подгонки уравнений регрессии заметно ниже, чем в обоих предыдущих случаях. Переменная «относительная фондовооружённость труда» во всех вариантах расчётов оказывается самым важным фактором, наиболее сильно влияющим на вариацию всех зависимых переменных. Коэффициенты при переменных, представляющих человеческий капитал, заметно ниже, чем в предыдущих вариантах расчётов.

Таблица 2

Взаимосвязь относительных доходов в расчёте на одного занятого с относительной фондовооружённостью и относительным человеческим капиталом регионов России в 2002-2007 гг. для наиболее крупных и экономически развитых регионов (регионы, дающие более 1% всех расходов и сбережений)

Показатели регрессии	Человеческий капитал – доля занятых с высшим образованием			Человеческий капитал – средний уровень образования занятого населения		
	\hat{y}_{it}	\hat{w}_{it}	\hat{d}_{it}	\hat{y}_{it}	\hat{w}_{it}	\hat{d}_{it}
Зависимые переменные						
Конст. ln A	0,123*	0,021	0,191*	0,079*	-0,003	1,474*
Ст. ошибка	0,019	0,014	0,033	0,019	0,013	0,034
t - стат-ка	6,411	1,537	5,777	4,140	-0,250	3,742
Значимость	0,000	0,126	0,000	0,000	0,803	0,000
Коэф. α (B)	0,401*	0,619*	0,047	0,311*	0,577*	-0,087
Ст. ошибка	0,032	0,023	0,055	0,031	0,021	0,055
Коэф. α (Beta)	0,398*	0,774*	0,035	0,309*	0,721*	-0,064
t - стат-ка	12,495	27,388	0,848	10,061	26,994	-1,585
Значимость	0,000	0,000	0,398	0,000	0,000	0,115
Коэф. γ (B)	1,109*	0,475*	1,668*	9,585*	4,254*	14,352*
Ст. ошибка	0,046	0,033	0,079	0,370	0,256	0,654
Коэф. γ (Beta)	0,764*	0,412*	0,860*	0,795*	0,445*	0,892*
t - стат-ка	23,973	14,581	21,013	25,900	16,648	21,951
Значимость	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Коэф. дет-ции	0,850	0,882	0,752	0,867	0,899	0,767
F	432,39	570,48	231,631	499,60	684,69	252,51
P – уровень	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Кол-во рег. (наблюдений)	156	156	156	156	156	156

- *) Параметр имеет 1% значимость.
- **) Параметр имеет 5% значимость.
- ***) Параметр имеет 10% значимость.

Таблица 3

Взаимосвязь относительных доходов в расчёте на одного занятого с относительной фондовооружённостью и относительным человеческим капиталом регионов России в 2002-2007 гг. (регионы с долей в совокупных расходах и сбережениях всех регионов менее 0,01)

Показатель регрессии	Человеческий капитал – доля занятых с высшим образованием			Человеческий капитал – средний уровень образования занятого населения		
	\hat{y}_{it}	\hat{w}_{it}	\hat{d}_{it}	\hat{y}_{it}	\hat{w}_{it}	\hat{d}_{it}
Зависимые переменные						
1	2	3	4	5	6	7
Конст. ln A	-0,049*	-0,056*	-0,102*	-0,062*	-0,057*	-0,126*
Ст. ошибка	0,012	0,013	0,019	0,011	0,012	0,017
t - стат-ка	-4,142	-4,298	-5,506	-5,848	-4,798	-7,344
Значимость	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Продолжение таблицы 3

1	2	3	4	5	6	7
Коэф. α (B)	0,485*	0,617*	0,222*	0,447*	0,589*	0,175*
Ст. ошибка	0,019	0,022	0,031	0,020	0,022	0,032
Коэф. α (Beta)	0,794*	0,832*	0,348*	0,732*	0,794*	0,275*
t - стат-ка	24,902	28,324	7,186	22,606	26,716	5,462
Значимость	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Коэф. γ (B)	0,284*	0,076	0,453*	3,539*	2,895*	4,059*
Ст. ошибка	0,067	0,075	0,106	0,600	0,669	0,971
Коэф. γ (Beta)	0,135*	0,030	0,208*	0,191*	0,129*	0,210*
t - стат-ка	4,246	1,014	4,286	5,899	4,328	4,179
Значимость	0,000	0,311	0,000	0,000	0,000	0,000
Коэф. дет.	0,633	0,689	0,153	0,648	0,703	0,151
F	312,79	401,811	32,831	334,543	430,178	32,324
P – уровень	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Кол-во рег. (наблюдений)	366	366	366	366	366	366

- *) Параметр имеет 1% значимость.
- **) Параметр имеет 5% значимость.
- ***) Параметр имеет 10% значимость.

Выводы. Можно сделать вывод, что в сравнительно малонаселённых и экономически относительно менее развитых регионах России роль человеческого капитала, как фактора дифференциации доходов населения, заметно меньше, чем в более крупных и хорошо развитых регионах. При этом следует отметить, что влияние человеческого капитала на вариацию заработной платы по регионам России существенно меньше, чем на доходы, не входящие в легальную заработную плату. По-видимому, конкуренция на рынках труда за счёт межрегиональной миграции рабочей силы выходит на общенациональный уровень, что и приводит к «сглаживанию» различий заработной платы между регионами. Возможно также, что сравнительно низкая дифференциация заработной платы по уровням образования между регионами связана с традиционной для России недооценкой квалифицированного труда, особенно специалистов высшей квалификации, в частности, в бюджетной сфере. В то же время очевидно, что особенно значительно зависят от накопленного человеческого капитала доходы от предпринимательской деятельности, от собственности и прочие (так называемые смешанные) доходы. То есть успешность частного предпринимательства и прибыльность инвестиций в физический капитал существенно зависят от накопленного в регионах России человеческого капитала. Данное положение подтверждается тем фактом, что в крупных городах и хорошо населённых и урбанизированных регионах отдача человеческого капитала заметно выше, чем в регионах, сравнительно малонаселённых и менее урбанизированных. Можно также отметить, что в регионах с высокой плотностью населения влияние человеческого капитала на доходы населения заметно выше, как и фондовооружённости труда, чем в относительно малозаселённых и менее урбанизированных регионах.

Можно также предположить, что инвестиции в общий человеческий капитал, то есть в среднее общее, среднее специальное и высшее профессиональное образование работников, имеют, по крайней мере, не меньшее экономическое

значение, чем инвестиции в физический капитал, а в наиболее населённых регионах России – даже большее значение. Данное явление можно объяснить наличием существенных экстерналий человеческого капитала, то есть внешних эффектов образования, которые проявляются в росте не только заработной платы, а всех доходов населения, и особенно не входящих в «легальную» заработную плату. В более плотно населённых и «образованных» регионах выше отдача как физического, так и человеческого капитала. Поэтому инвестиции в человеческий капитал, то есть в качественное образование, имеют решающее значение для повышения доходов населения, а также эффективности и конкурентоспособности частного бизнеса, то есть экономик регионов России.

Библиографический список

1. Абрё М., Де Гроот А. Л. Ф., Флора Р. Дж. Г.М. Пространство и экономический рост // *Пространственная экономика*. 2008. №2.
2. Баранов А.О., Неустроев Д.О. Влияние инноваций на долгосрочный экономический рост: эволюция подходов к анализу и моделированию во второй половине XX-XXI вв. // *ЭКО*. 2010. №9. С. 129-147.
3. Гвоздева Е.С., Штерцер Т.А. Человеческий капитал как фактор развития России. // *ЭКО*. 2007. №7. С. 134-139.
4. Комарова А.В., Павшок О.В. Оценка вклада человеческого капитала в экономический рост регионов России (на основе модели Мэнкью-Ромера-Уэйла) // *Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки*. Том 7, выпуск 3, 2007. – С. 191-201.
5. Корицкий А. В. Оценка влияния уровня образования работников, занятых в экономике регионов России, на их доходы // *Прикладная эконометрика*. 2008. №2 (10).
6. Штерцер Т.А. Роль человеческого капитала в экономическом развитии регионов РФ // *Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки*. Том 6, выпуск 2, 2006. – С. 37-51.
7. Barro R.J. and Sala-i-Martin X. *Economic Growth. Second Edition*. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England. 2004.
8. Boucekine R., de la Croix D., Peeters D. (2005) Early Literacy Achievements Population Density and the Transition to Modern Growth: *Technical Report*, CORE.
9. de la Fuente, A. and Ciccone A. “Human capital in a global and knowledge-based economy”, *Report for European Commission*, May 2002.
10. de la Croix D., Lindh Th., Malmberg B. Growth and Longevity from the Industrial Revolution to the Future of an Aging Society. *UCL Discussion Paper*, June, 2006-37.
11. Caselli F., Accounting for Cross – Country Income Differences, *CEP Discussion Paper*, N 667, January 2005.
12. Ciccone A., Peri G. Identifying Human-Capital Externalities: Theory with Applications. *Review of Economic Studies*. № 73, 2006. – P. 381-412.

13. Galor O., Weil D. Population, technology, and growth: from the Malthusian regime to the demographic transition and beyond, *Amer. Econ. Rev.* 90 (2000), 806-828.

14. Hall R.E., Jones Ch.I. Why do some countries produce so much more output per worker than others? NBER Working Paper Series, Working Paper 6564, May 1998.

15. Hanushek, Eric. 2002. "Publicly Provided Education." In Alan J. Auerbach and Martin Feldstein, eds. *Handbook of Public Economics*. Amsterdam: North-Holland. 2045-2141. Цит. по: Joshua C. Hall Positive Externalities and Government Involvement in Education. *Journal of Private Enterprise*, V. XXI, N. 2, Spring 2006.

16. Jones C. I. *Introduction to Economic Growth*. Stanford University, N.Y., London, 1998.

17. Sianesi B., Reenen J.V. The Returns to Education: A Review of Empirical Macro-Economic Literature. *The Institute for Fiscal Studies. IFS. WPO2/05*, March 2002.

УДК 338.24.01

ЗАКОНЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

М.В. Котванов, С.Г. Котванова

*Всероссийский заочный финансово-экономический институт
(филиал в г. Барнауле), Алтайская государственная академия образования
им. В.М. Шукшина (г. Бийск)*

Авторами затрагиваются вопросы возможности совершенствования социально-экономических систем на основе выявления законов их развития, проводятся параллели между совершенствованием технических и социально-экономических систем, сравниваются тенденции научно-технического прогресса и повышения эффективности деятельности организаций.

В настоящей статье термины «социальная система», «социально-экономическая система», «организационная система» используются в качестве синонимов ввиду отсутствия, по мнению авторов, принципиальных различий между ними. Под социальной системой подразумевается структурное образование, в котором в качестве элементов присутствуют люди либо их отношения.

Начиная с 1950 гг. Г.С. Альтшуллер формулирует и развивает основные постулаты эффективного изобретательства, названного им ТРИЗ (теория решения изобретательских задач). Согласно Г.С. Альтшуллеру, изобретение – это закономерный переход технической системы от одного состояния к другому [1].

Почему же Г.С. Альтшуллер смог выявить универсальные законы развития технических систем и создал на этой основе теорию решения изобретательских задач, которая блестяще проявила себя на практике? Мы подошли к ряду фундаментальных вопросов теории управления, постараемся перечислить основные из них.

1. В чем разница между изучением технических и социальных систем?

2. Каковы основные факторы изменения технических и социальных систем и что препятствует этим изменениям?

3. В чем принципиальная разница между техническими и социальными системами с точки зрения управления ими и есть ли она?

4. В чем принципиальная разница между закономерностями развития технических систем и социальных систем?

5. В чем заключаются закономерности развития социальных систем и как их можно использовать для совершенствования этих систем и управления ими?

Последний вопрос включает в себя и то, в какой степени значимы для управления организационно-экономической системой общие закономерности, характерные для всех социальных систем, и внутрисистемные, характерные лишь для данного объекта.

Если мы сможем ответить на эти вопросы, то это создаст предпосылки для продвижения теории управления далеко вперед. Это позволит объединить в единое целое достижения кибернетики, сконцентрировавшейся на автоматическом управлении техническими объектами, управленческой психологии, предметом которой является выявление закономерностей управления людьми, а также теории систем, ТРИЗ и теории управления.

Рассмотрим некоторые универсальные законы развития технических систем, выведенные Г.С. Альтшуллером [1]. Нас в первую очередь интересуют социальные системы, поэтому проверим возможность проведения параллелей. Г.С. Альтшуллер выделял следующие законы развития технических систем:

- увеличение степени идеальности системы. По определению Г.С. Альтшуллера, идеальный объект (элемент системы) – тот, которого нет, а функция его при этом выполняется. Нет объекта – он ничего не стоит и не может выйти из строя. Это может происходить, в частности, за счет передачи функций этого объекта другим объектам. Действие в системах все больше происходит само по себе, действия все больше, а затрат, объема, веса – все меньше. Примеры: в технических системах – многофункциональность узлов, легче перечислить то, что не может делать современный телефон, чем то, что он может; в организациях – аутсорсинг, совмещение обязанностей;

- увеличение мощности, скорости и других параметров систем, как абсолютных, так и относительных. Действительно, автомобиль мощнее лошади. Пример с социальными системами привести пока не удастся, на наш взгляд, увеличение мощности в них связано с мощностью техники;

- динамизация систем – переход от жесткой, неменяющейся структуры к структуре гибкой, поддающейся управляемому изменению. Примеры: убирающиеся шасси самолета, гибкая политика современных церквей различных конфессий;

- переход в надсистему – развитие системы происходит до определенного уровня, за которым система включается в надсистему в качестве ее элемента. При этом развитие на уровне системы прекращается, заменяясь развитием на уровне надсистемы. Это проявляется также в усложнении системы по принципу «моно-би-поли». Примеры: эволюция якоря от крюка до «кошки», создание сети магазинов, филиалов предприятий;

- переход в подсистему, увеличение степени дробления – переход от рабочих органов на макроуровне к рабочим органам на микроуровне. Примеры: применение движущегося расплава (атомов) металла вместо роликового конвейера, создание самостоятельных подразделений по принципу дивизиональной структуры. Это противоположный принцип, по отношению к предыдущему.

- вытеснение наиболее сложных и громоздких функций в надсистему. При этом система упрощается, увеличивает степень идеальности и за счет этого повышает эффективность работы. Примеры: магнитные рельсы, по которым скользит поезд без двигателя, передача надсистеме управляющих функций.

Представляется, что социальные системы отличаются большим разнообразием в своих закономерностях, нежели технические. Например, одним из закономерностей денежной системы государства является то, что в ней увеличивается степень обещаний. Денежная система изначально построена на общественной договоренности принимать определенные вещи или условные знаки за реальную ценность. Так произошло с серебром, золотом, бумажными деньгами. Бумажные деньги первоначально означали обещание уплаты долга через время и являлись векселями и долговыми расписками. Позднее появились другие формы условных денег, степень обещаний продолжала возрастать. Можем ли мы представить увеличение степени обещаний как универсальный закон, касающийся всех социальных систем?

Поставив множество проблем, для начала попытаемся ответить на вопрос: в чем заключается разница между изучением технических и социальных систем.

1. Техническая система имеет четкую схему, на которой показаны все основные элементы и связи между ними. При этом взаимодействие элементов между собой трактуется однозначно. В социально-экономических системах можно выявить лишь элементы, при этом связи между элементами точно не определяются, применяются лишь определенные предположения (теории).

2. Связи между элементами в технической системе (например, пылесосе) заданы раз и навсегда, либо задано возможное их сочетание. В социальной системе связи между элементами меняются, так же как и сами элементы. Информацию о них необходимо постоянно отслеживать, нет возможности выявить точную информацию, это сделать можно лишь с определенной долей вероятности.

3. Изменения в техническую систему с целью проведения экспериментов можно вносить любые, для этого достаточно приобрести эту техническую систему в собственность. Свободные эксперименты с социальными системами для исследователей невозможны, возможны попытки частичного воспроизведения интересующей ситуации с помощью деловых игр, а также мысленные эксперименты.

4. Изучение технических систем широко поощряется всеми развитыми государствами мира, а изучение социальных систем находится далеко за пределами «мейнстрима» и остается уделом отдельных представителей науки.

Последнее доказать очень просто. Организация массового технического творчества в СССР началась в 1923 г., когда впервые была создана авиамодель-

ная секция юных друзей Воздушного флота. В СССР детское техническое творчество являлось своеобразной школой на пути к творческому труду в производстве, технике, науке. Через него прошли многие изобретатели, рационализаторы, новаторы производства, конструкторы, учёные, в их числе – академик Б.Е. Патон, авиаконструкторы С.В. Ильюшин, А.С. Яковлев, О.К. Антонов, лётчики-космонавты Г.С. Титов, А.В. Филипченко и др. [2].

Детское техническое творчество также развито в ряде западных стран (Великобритании, США, Франции, Финляндии, Швейцарии), оно осуществляется преимущественно индивидуально, в меньшей степени в любительских клубах и обществах различных профилей; носит обычно спортивно-техническую направленность. Издаётся большое число журналов по различным видам моделизма и технического любительства.

Что касается изучения социально-экономических систем, то данный вопрос связан всегда в той или иной мере с политической доктриной. Управленческое творчество же попросту воспринимается существующей социальной системой как потенциальная опасность. Система отстаивает свою неприкосновенность, поэтому о детском и взрослом управленческом творчестве зачастую не может идти и речи. Приведем исторические факты о положении менеджмента на предприятиях.

Так, по мнению П.Ф. Друкера, именно пренебрежение менеджментом, способным принимать ответственность и право решать вопросы, замена его исполнением распоряжений сверху привела компанию Форда к глубокому кризису к концу 1930-ых гг. Генри Форд-старший, в силу полученного им профессионального видения, опыта взращивания компании «с нуля», под влиянием своей главной цели, определенной им, как создание и усовершенствование автомобиля, в общем, под влиянием ценнейшего полученного им жизненного опыта, пришел к модели управления, наиболее распространенной в начале XX в., – единоличному управлению, отказу от менеджеров и замене их посредническим звеном, пригодным лишь для передачи распоряжений сверху вниз. Это модель управления малым предприятием. При этом Г. Форд высоко ценил и щедро оплачивал работу технических специалистов [4].

От неминуемого краха компанию спас его внук, Г. Форд-младший, вернувшийся в 1945 г. организации менеджмент по образцу Дженерал Моторс – вышедшего в то время на первое место в автомобильной промышленности главного конкурента Форда [4, с. 118-119].

В отношении к менеджменту в компании Г. Форда-старшего и в СССР прослеживается общая концепция, недаром управление Форда высоко оценивал В.И. Ленин, именно автомобили Форда получили наибольшее распространение в Советской России. Форд, первым внедривший коммерчески успешное конвейерное производство (сам конвейер был известен значительно раньше), является единомышленником У. Тейлора, создателя научной организации труда, хронометража и т.д. Все эти достижения были высоко оценены и применены в СССР, в этом, а также в следовании единым принципам управления лежит основа той симпатии советского руководства к Форду.

«...Если «АМО» твой «Форд» перегонит,

Значит, Раечка будет твоя».
(Из песни «Чуйский тракт»)

Большевики также понимали власть как централизованную, тотальную и безраздельную. В СССР на предприятиях не было должностей менеджеров, были ИТР – инженерно-технические работники. Таким образом, техническое творчество имеет долгую историю, а управленческое творчество считается нон-сесом. Между тем, техникой занимаются далеко не все, а управлением своей жизнью – абсолютно все, пусть большинство неосознанно.

Можно сделать общий вывод: изучение социальных систем представляется более сложной задачей, нежели исследование технических систем.

Необходимо изучить факторы, влияющие на скорость изменения технических и социальных систем. В отношении технических систем следует рассмотреть типичный жизненный цикл товара, например лампового радиоприемника.

Интересно, что обострение технических и социальных противоречий начинается до появления на рынке товара нового поколения (в данном случае транзисторного радиоприемника), эти противоречия являются предпосылкой новых разработок. Между появлением на рынке первых образцов товара нового поколения (точка X) и его признанием (точка V) проходит, как правило, значительный промежуток времени (рис. 1).

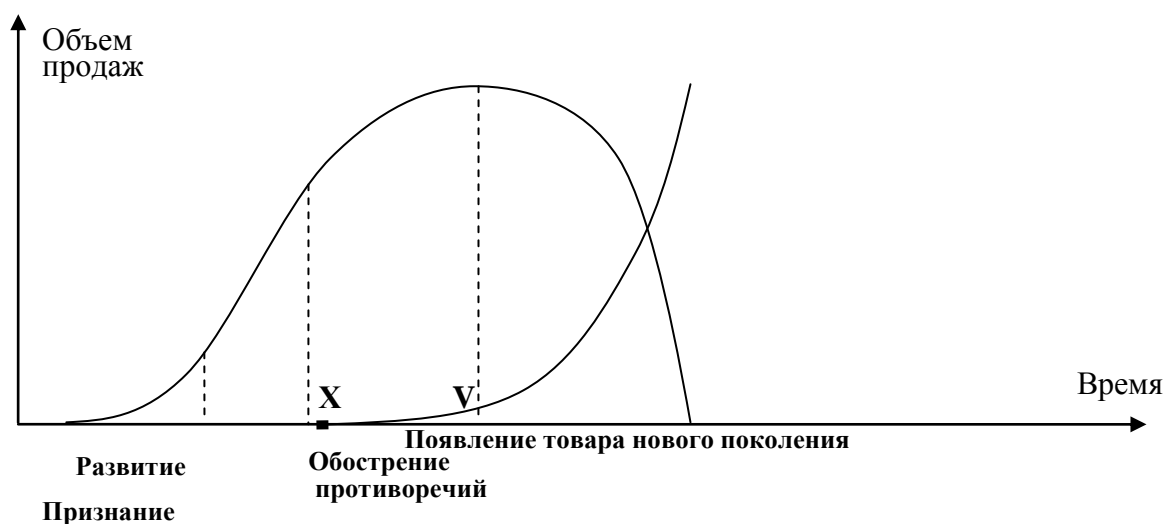


Рис. 1. Жизненный цикл товара

Причинами задержек изменения технических систем (внедрения новых товаров), по нашему мнению, являются следующие:

- финансовые интересы производителей и продавцов товаров старого поколения, а также комплектующих к ним и сопутствующих товаров, связанные с необходимостью отказа от сделанных капиталовложений, технических преобразований всей обслуживающей инфраструктуры;
- необходимость новых капиталовложений, развития новой инфраструктуры, отсутствие сопутствующих изобретений;
- высокая цена на первые модели новых товаров.

Так, переход от пейджеров к сотовым телефонам осуществился стремительно и безболезненно именно потому, что не было значительных ударов по финансовым интересам компаний связи, можно было применить уже существующие наработки. В случае с электромобилями, успешно функционирующими с конца XIX в. (первая самодвижущаяся коляска была на электрической тяге), такой переход от автомобилей будет осуществляться еще долго.

А. Вассерман в своем выступлении высказался о скорости технических преобразований [3]. Так, А. Вассерман упомянул, что еще Г.С. Альтшуллер классифицировал изобретения по уровням, при этом изобретения низшего уровня – это применение известного решения для новой сферы, а изобретения высшего уровня – это открытие нового закона природы. Основная мысль А. Вассермана состоит в том, что чем выше уровень изобретений, тем труднее их непосредственное внедрение, даже при условии всеобщей заинтересованности в этом. Изобретения высшего уровня не могут быть внедрены без внедрения множества вспомогательных изобретений низших уровней. Так, нынешний всплеск развития цифровой техники обусловлен появлением квантовой механики около 80 лет назад. Ввиду этого, ускорить внедрение глобальных изобретений одним лишь устранением конкурентов и административных барьеров не представляется возможным.

Высокая цена на товары нового поколения объясняется высокими издержками производства вследствие неразвитой технологии и производственной базы, а также редкостью новых товаров. Спрос стимулируется благодаря рекламе и слухам, а предложение не успевает за спросом. В силу этого обстоятельства товары нового поколения объявляются товарами «премиум-класса» и продаются богатым слоям населения. В дальнейшем стремительное удешевление позволяет воспользоваться новыми товарами всем желающим.

Основными причинами задержек в изменении социальных систем, по нашему мнению, являются следующие:

- интересы политических и экономических властных кругов. Крупные системные преобразования происходят не тогда, когда они становятся необходимы, а когда системные противоречия нарастают и влияние властных кругов ослабевает настолько, что они не могут удержать власть. Другими словами, для изменений необходимо дожидаться революционной ситуации, по В.И. Ленину, «верхи не могут, низы не хотят»;

- психологическая инерция членов организаций, которая возникает даже в случаях, когда необходимые преобразования не зависят от властных кругов и могли бы быть воплощены в жизнь «на месте». В данном случае хочется процитировать профессора В.А. Гагу: «Новое не побеждает, умирают сторонники старого».

Вместе с тем, организационные системы по своему поведению являются гораздо более гибкими и нестабильными, чем технические, за счет присутствия человеческого фактора.

Возникает вопрос: как выявить нужные нам закономерности развития социально-экономических систем и как ими пользоваться? Возможно ли использовать универсальные закономерности при совершенствовании социальных

систем? Возможно ли вообще совершенствование социальных систем? Если в технической сфере за последние 2000, 500, 100, 50, 10 лет, и даже за последние полгода, мы сможем найти массу наглядных примеров прогресса, то в области социальных систем он под вопросом. Думается, причина в том, что если в сфере утюга или чайника инженеры учат думать над улучшением этих предметов, то при создании социальных систем практически всегда осознанно или неосознанно копируются примеры прошлого.

Создатели управленческих систем убеждены, что улучшать надо продукцию, а не саму систему. Это то же самое, что требовать улучшения продукции чайника – быстроты и безопасности закипания воды без попыток улучшить конструкцию самого чайника. Рассматривая пример с бытовым прибором, каждый понимает абсурдность таких попыток. Однако в сфере малого производственного предприятия, например, организация как состояла 1000 лет назад из хозяина и мастеровых, так и состоит сегодня, и отношения между ними принципиально не изменились. В организациях ставки делаются на применение более совершенной техники, а не на совершенствование самой организации. Если применять аналогию с бытовым прибором, то это если бы мы совершенствовали различные технические детали чайника без принципиального изменения его конструкции.

Таким образом, социальные системы отличаются от технических крайней инертностью, сопротивлением к изменениям. Это, безусловно, зависит от степени инертности мышления участников социальных систем. Не только мышление человека, но и сам человек практически не меняется. По словам управленческого психолога Ю. Соловьева, за последние 2000 лет психика человека – единственное, что не изменилось [6]. В то же время психика человека и его мышление – это одни из множества других характеристик элементов организационной системы. И если не меняется психика, это не означает, что не должна меняться сама система.

Настоящая статья содержит попытки ответов лишь на малую часть поставленных вопросов. В качестве заключения хотелось бы сказать следующее.

С одной стороны, существует опасность увлечения одними лишь общими, техническими приемами для совершенствования социально-экономических систем. Этот односторонний подход подразумевает отказ от углубления в познание сути существующих явлений и происходящих процессов и превращение полезного вспомогательного инструмента в главный системообразующий принцип.

По аналогии можно привести массу примеров переполняющих Интернет различных материалов от «гуру психологической накачки», ведущих своих адептов к могуществу и превосходству над людьми благодаря неким психологическим установкам. Причем эти «духовные учителя» гарантируют состоятельность своих учений в качестве достижения успеха в любых ситуациях, были бы, дескать, желание и вера в чудодейственные инструменты. Достаточно вспомнить книги из серии «Люди сделают так, как ты захочешь» и им подобные. Их авторы, сформулировав некоторые закономерности психологии поведения человека, делают на них глобальную ставку в целях продвижения своих услуг. Однако сама жизнь доказывает то, что, хотя владение приемами, делаем-

щими тебя сильнее, и прекрасная вещь, этого мало, все зависит от целей и духовного уровня человека, уровня его стремлений и осознания действительности. Как сказал Пауло Коэльо: «Есть два бога. Бог, которому учили нас профессора, и Бог, который учит нас ... Бог, который сокрушает нас под нашими грехами, и Бог, который освобождает нас своей любовью» [5].

С другой стороны, выявление и использование общесистемных закономерностей совсем не обязательно предполагает отказ от взгляда «внутрь». Так, Г.С. Альтшуллер построил на базе использования выявленных им закономерностей развития технических систем эффективный системный подход, позволяющий углубиться в противоречия конкретного объекта и в максимальной степени достичь идеального результата под руководством общих правил. Г.С. Альтшуллер, по своим же словам, открыл «алгоритм свободного и дикого мышления», «алгоритм отказа от алгоритмов». Он нашел в себе смелость заявить и подтвердить на практике следующий постулат: «технические объекты развиваются закономерно, и действия изобретателя успешны только тогда, когда они вольно или невольно изменяют объект в том направлении, в каком идет развитие» [1, с. 37].

К этому следует стремиться и нам. Если провести аналогию изобретательства с изменениями организационных систем, то можно сказать, что совершенствование организаций и процессов, протекающих в них, – это закономерное изменение организации, переход от одного строения к другому.

По утверждению Фомы Аквинского, человек – мера всех вещей. Именно человек, его потребности и интересы должны быть в центре внимания управленческой мысли. Все остальное можно перепроектировать для блага человека, поэтому предстоит много работы.

Библиографический список

1. Альтшуллер Г. Найти идею: Введение в ТРИЗ – теорию решения изобретательских задач / Г. Альтшуллер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 400 с.
2. Большая советская энциклопедия (цитаты) [Электронный ресурс] // <http://oval.ru/enc/22838.html>.
3. Вассерман А. Скорость внедрений изобретений // http://lovi.tv/video/usfqmyhivi/Anatolii_Vasserman_108_skorost_vnedreniy.
4. Друкер П.Ф. Практика менеджмента [Перевод с англ.] / П.Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2007. – 400 с.
5. Коэльо П. Мактуб / П. Коэльо // <http://lib.ru/KOELXO/maktub.txt>.
6. Соловьев Ю. Причины нехватки времени / Ю. Соловьев // <http://www.fintuning.ru/Blog/>.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

С.В. Лобова

Алтайский государственный университет, г. Барнаул

Несмотря на то, что российская корпоративная благотворительность в настоящее время находится пока еще на начальной стадии, ее развитие идет достаточно интенсивными темпами: бизнес начинает все более осознанно говорить о социальной ответственности. Новое видение бизнесом своего места в развитии общества неизбежно повлечет за собой изменение подхода к оценке роли благотворительности в стратегии развития корпораций [1].

Формированию целостной концепции корпоративной благотворительности предшествует длительная эволюция представлений о роли этического фактора предпринимательской деятельности. Так, Т. Веблен определил место проблемы социальной ответственности в ряду проблем технологических и организационно-экономических. Дж. Коммонс выявил прямую связь между экономическим риском и риском неисполнения социальных норм. Это находит выражение в том, что степень этичности общества коррелирует, причем положительно, со степенью эффективности экономики благодаря давлению коллективных и экономических санкций. К. Поланьи видел в бизнесе источник материальной базы общественной жизни, особый в своем роде фактор производства, предназначение которого состоит в нейтрализации разрушительных рыночных сил [2]. В российской истории явление корпоративной благотворительности берет свои начала в традициях шефства и социальных программ организаций советского времени.

Как известно, благотворительность является синонимичным термином выражению «оказание безвозмездной помощи». Отличительными признаками корпоративной благотворительности являются следующие: 1) субъект – коммерческая организация; 2) условия осуществления – добровольность; 3) содержание деятельности – оказание помощи нуждающимся или поддержка социальных проектов – собственных или других организаций; 4) связь сферы вложения средств с основной деятельностью компании – непрямая. Таким образом, под понятие корпоративной благотворительности сегодня попадают и пожертвования, и спонсорство, и меценатство, и социальная ответственность, и социальные инвестиции, и даже в большей своей части частно-государственное партнерство. Благотворительная деятельность в России регулируется Федеральным законом от 11 августа 1995 г. №135 «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». Кроме названного закона благотворительная деятельность регулируется соответствующими положениями Конституции РФ (ст. 39) и Гражданского кодекса РФ.

Зачастую происходит путаница содержания понятий «благотворительность», «меценатство», «спонсорство». На первый взгляд, меценатство отличается от благотворительности более узкой сферой деятельности: меценат оказывает поддержку лишь проектам в области культуры, науки и искусства. Однако можно найти и более глубокое различие между благотворительностью

и меценатством, лежащее в сфере мотивации. Меценат помогает не столько отдельному человеку, организации, сколько той общественной роли, которую он/она играет: меценат поддерживает нищего гениального художника не потому, что тот беден, а из-за того, что он художник, то есть поддерживается не сам человек, а его талант. Спонсорство корпораций рассматривается как одна из статей расходов на рекламу, ведь в большинстве случаев спонсор продвигает свой брэнд за счет проводимых под его маркой благотворительных акций. Однако экономическая мотивация здесь не единственная. Образно говоря, если благотворитель помогает человеку потому, что тот беден, меценат – ради его таланта, то спонсор помогает бедному художнику, заказывая ему картину со своим логотипом. То есть спонсорская помощь налагает на получателя и некоторые обязательства.

Выделяются две функции корпоративной благотворительности: созидательная, когда строятся, реконструируются здания, сооружения культуры и иного социального назначения, и материально-вещественная, когда благотворительные мероприятия способствуют развитию духовной жизни общества.

Если говорить о мотивах корпоративной благотворительности, то здесь, прежде всего, необходимо обратиться к истории, к корням, во многом определяющим наше мироощущение сегодня. Исторические мотивы, в свою очередь, подразделяются на три вида: 1) «заглаживание» чувства вины за излишнюю материальную устремленность; 2) своего рода «жертвоприношение», чтобы финансовая удача не ушла (история знает множество примеров, когда «гулял» купец, не жалея денег на угощение для всех, совершая мистическую жертву, делась шальным счастьем, чтобы не пропала торговая удача); 3) форма сохранения для потомков доброго имени и славы: мы до сих пор помним меценатов, чья благотворительная деятельность сделала их в какой-то мере бессмертными (театры, музеи, созданные на их средства, увековечили их имена).

Из современных мотивов корпоративной благотворительности можно назвать следующие: 1) дополнительная положительная реклама, способствующая созданию благоприятного имиджа, хорошего имени, что особенно важно для предприятий, работающих с массовым потребителем; 2) дополнительная положительная характеристика при взаимоотношениях с государственными, финансовыми структурами; 3) укрепление репутации в глазах партнеров: партнеры, видя, что корпорация оказывает помощь, будут знать, что она достаточно твердо стоит на ногах, развивается, рентабельно существует; 4) возможность вкладывать деньги непосредственно, минуя государственные институты, в те или иные непроизводственные сферы; 5) получение налоговых и иных стимулирующих преференций со стороны государства.

Формы корпоративной благотворительности, равно как и мотивы, также различны.

Первая форма проявляется в наличных денежных пожертвованиях на реализацию социальных мероприятий, программ, в том числе адресованных собственным работникам как непосредственно самой коммерческой организацией, так и через специально созданные благотворительные фонды при помощи таких инструментов, как: финансовая поддержка (поддержка сотрудников ком-

пании); денежные гранты (адресная финансовая помощь, выделяемая компанией на финансирование социальных программ в области образования и проведения исследований); социальные инвестиции (финансовая помощь, которую компания выделяет на реализацию долгосрочных и, как правило, совместных партнерских программ, направленных на снижения социального напряжения в регионах присутствия компании и повышения уровня жизни различных слоев общества); эквивалентное финансирование (адресная финансовая поддержка, которая заключается в совместном финансировании социальных программ со стороны компании, органов государственного управления, некоммерческого сектора и иногда персонала компании); cause-related marketing (адресная финансовая помощь, которая заключается в направлении процента от продаж конкретного товара/услуги на проведение социальных программ некоммерческими организациями); стипендии (форма финансовой поддержки, осуществляемой, как правило, на конкурсной основе, которая позволяет не только поддерживать образование, но и растить кадры для компании, а также развивать интересующие компанию направления науки).

Следующей формой корпоративной благотворительности является оказание помощи со стороны компании в натуральном виде. В частности, в форме предоставления «старого» оборудования. Следует отметить, что предоставление старого оборудования распространено во всем мире и среди самых различных компаний благодаря тому, что при таких пожертвованиях компания не несет практически никаких затрат, ведь для нее стоимость списанных товаров равна нулю. Также некоторые предприятия выделяют для помощи свою продукцию (например, продукты – для детского дома, приюта, интерната ветеранов) либо услуги (например, строительная фирма помогает возводить храм). Особым инструментом данной формы корпоративной благотворительности является помощь «про боно», предусматривающая оказание услуг в профессиональной деятельности общественным и иным некоммерческим организациям, а также частным лицам, которые не могут подобную помощь оплатить. Как правило, про боно услуги оказываются профессиональными юристами в виде бесплатной юридической помощи.

И, наконец, третья форма корпоративной благотворительности – корпоративное волонтерство, предусматривающая добровольное вовлечение сотрудников компании в социальные программы внешней направленности через безвозмездное предоставление получателям времени, знаний, навыков, информации, контактов и связей сотрудников.

В заключение хочется отметить, что сегодня существует множество барьеров и объективного, и субъективного характера для реализации корпоративной благотворительности. Но явление «корпоративная благотворительность» должно иметь вектор развития, так как с его помощью не только решаются проблемы социального партнерства, реализации социальных программ для различных групп населения, но и формируется непосредственный результат инвестиционной деятельности предприятий в виде благотворительных средств, методика расчета которого, к сожалению, так пока и не разработана.

Библиографический список

1. Чепуров Ф.А. К вопросу об экономической сущности явления «благотворительность» // Вестник Тамбовского университета. – 2007. – Выпуск 5(49). – С. 191-195.

2. Шарифуллина И.И. Формирование корпоративной социальной ответственности как фактор устойчивого развития региональной экономики // Вестник Тамбовского университета. – 2009. – №2. – С. 392-395.

ББК 65.29

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ: НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

К.И. Маренич

Рубцовский индустриальный институт

Машиностроение является одной из ведущих отраслей промышленности в России. Оно осуществляет обеспечение предприятий страны машинами и оборудованием, тем самым определяя и формируя производственный потенциал государства.

В настоящее время российская машиностроительная индустрия переживает нелегкие времена. По мнению представителей министерства промышленности и торговли России, «за последние годы российские предприятия стремительно теряли свои позиции как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Существует тенденция к практически полному вытеснению российских производителей» [4]. Подтверждением этих слов могут послужить данные об удельном весе продукции машиностроительных предприятий в общем объеме экспорта и импорта товаров России в 2007-2010 гг., представленные в таблице 1 и на рисунке 1 [5].

Итак, в общем объеме импорта товаров России удельный вес продукции машиностроительных предприятий в 2007 г. составил 51%, то есть половину от всех товаров, ввозимых на территорию нашей страны. В 2008 г. этот показатель возрос до 53%. И только в 2009 г. и 2010 г. доля продукции машиностроительных предприятий в общем объеме российского импорта снизилась до 42,2 и 42,9% соответственно. Во многом такое снижение было обусловлено общим ухудшением финансово-экономического состояния экономики России.

Что касается удельного веса продукции предприятий машиностроительной индустрии в общем объеме экспорта российской продукции, то его значения варьируются от 2,8 до 5,6% в период с 2007 г. по 2010 г., что является крайне отрицательной тенденцией.

Одной из наиболее острых и болезненных проблем для машиностроения России, как одной из ключевых отраслей промышленности нашего государства, является низкий уровень конкурентоспособности продукции предприятий. Рассматривая понятие «конкурентоспособность продукции предприятия», из множества его определений выделим то, которое дает экономист Сафронов Н. А.: «Конкурентоспособность представляет собой такое совпадение свойств, ха-

ра характеристик товара и требований потребителя, при котором соблюдаются интересы производителя и потребителя, означающее полное соответствие товара условиям рынка» [2].

Видится целесообразным заметить, что, по данным исследования Global Competitiveness Report, подготовленным Всемирным экономическим форумом, Россия находится на 63-м месте из 113 возможных в рейтинге стран по общему уровню конкурентоспособности на 2009-2010 гг. (в том числе и по уровню конкурентоспособности продукции отраслей машиностроения) [3]. Столь низкая занимаемая Россией позиция еще раз доказывает важность рассмотрения проблемы обеспечения конкурентоспособности государства в целом и продукции ведущих отраслей российской промышленности, в том числе и машиностроения, в частности.

Такая ситуация обусловлена *многими проблемами*, которые носят не частный, локальный характер, а представляют собой целый комплекс накопившихся нерешенных технологических и нормативно-технических задач.

Российское машиностроение, имея своей основой функционирование в условиях плановой экономики, с четко регламентированными стандартами, ограничением номенклатуры выпускаемой техники, не характеризуется использованием гибких инновационных технологий, всемирно признанных оценок качества продукции. Лишь в течение последних двух лет Правительство РФ стало уделять больше внимания проблемам низкого уровня конкурентоспособности продукции отечественного машиностроения, понимая стратегическую важность вывода российской продукции на мировые рынки.

В настоящее время российские предприятия могут выпускать конкурентоспособные машины и оборудование лишь для узких сегментов рынка. В целом же отечественная продукция довольно слабо может конкурировать с зарубежными аналогами. Большинство техники (машин и оборудования), выпускаемой машиностроительными предприятиями в России, хоть и характеризуются своей высокой износостойкостью и низким уровнем эксплуатационных издержек, но не представляют собой последние достижения научно-технического прогресса, а также не имеют *сертификатов качества*, общепризнанных на мировых рынках. Отсутствие такого документального подтверждения качества продукции, которое предоставляют ведущие мировые организации по качеству, такие как Международная независимая организация по сертификации (ИСО), Немецкое общество по сертификации систем качества и др., и является одним из тех труднопреодолимых препятствий, которые встают на пути продвижения техники российского производства на рынки стран Восточной Европы, Азии, Соединенных Штатов Америки [6].

Таблица 1

Удельный вес продукции машиностроительных предприятий
в общем объеме экспорта и импорта товаров России в 2007-2010 гг. (%)

Показатель	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Абсолютное изменение (+/-)	
					2007 г.	2010 г.
В объеме импорта	51	53,2	42,2	42,9	+2,2	-11
В объеме экспорта	5,6	2,8	4,6	4,3	-2,8	+1,8

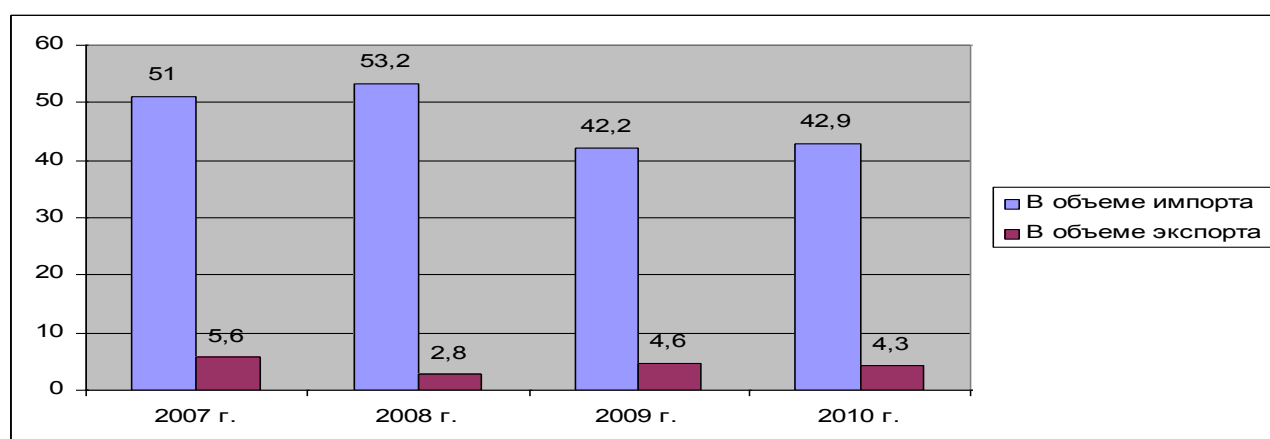


Рис. 1. Доля продукции предприятий машиностроительной отрасли России в общем объеме экспорта и импорта ее товаров в 2007-2010 гг. (%)

Однако вместе с тем большинство предприятий не смогут оплатить услуги таких компаний для вывода своей продукции на широкую мировую арену. Соответственно первостепенной задачей должно стать образование в России авторитетной организации по сертификации систем качества машин и оборудования в рамках общей интеграции нашего государства с международным рынком.

За последние годы значительно сократилось и количество созданных образцов новых типов машин и оборудования, наблюдается тенденция постоянного сокращения внедрения новых технологических процессов.

Нельзя не упомянуть и о *высокой степени износа* большей части парка оборудования, эксплуатируемого на машиностроительных предприятиях России. По разным оценкам, от 70 до 80% всего оборудования, используемого для производства техники, представлено устаревшими моделями, не соответствующими современному уровню и требованиям [1]. Отсутствие высокотехнологического оборудования на предприятиях приводит к тому, что выпускаемая продукция характеризуется низким уровнем унификации на целевых рынках.

Отметим, что такое тотальное устаревание производственной базы машиностроительных предприятий, безусловно, представляется благоприятным с точки зрения привлечения и размещения инвестиций в данную отрасль про-

мышленности. Этим и обусловлено появление многочисленных государственных программ и проектов, направленных на усовершенствование и обновление парка оборудования предприятий машиностроения, а тем самым и на повышение конкурентоспособности выпускаемой ими продукции.

Определяя основные проблемы обеспечения конкурентоспособности продукции машиностроения в России, кратко охарактеризуем основные трудности, возникающие у российских предприятий при выходе на мировые рынки продаж. Так, осуществлять *сотрудничество с другими странами* Европы мешают высокие ставки налогов на экспорт, высокий уровень технологий Запада. Нельзя не упомянуть и о мощной, набирающей обороты машиностроительной индустрии пограничного Китая, а именно о крайне низких ценах на выпускаемую ими технику. Высокий уровень конкуренции для российских машиностроительных предприятий должен быть стимулом к постоянному усовершенствованию ими технических и качественных характеристик выпускаемой продукции.

Вышеперечисленные проблемы были значительно усугублены *финансово-экономическим кризисом*, который вызвал резкое падение уровня спроса на продукцию машиностроительных предприятий, вынужденное сокращение закупок сырья производителями. По данным мониторинга Торгово-промышленной палаты России, падение спроса охватило порядка 75% предприятий России. Так и многим машиностроительным предприятиям, ввиду их затруднительного финансово-экономического положения, пришлось практически полностью перейти на производство продукции небольшими партиями на заказ. Такое общее снижение эффективности деятельности предприятий, безусловно, снизило уровень конкурентоспособности производимой техники.

Итак, на наш взгляд, при рассмотрении проблемы обеспечения конкурентоспособности продукции машиностроения России нельзя видеть пути ее решения в проведении отдельных мероприятий по модернизации процесса производства и усовершенствованию деятельности машиностроительных предприятий страны. Данный вопрос должен рассматриваться как целый ряд комплексных задач, требующих решения в масштабах всей отрасли. Возможно, речь должна идти даже *о смене всего технологического уклада российского машиностроения*.

Нельзя забывать и о необходимости повышения уровня инвестиционной привлекательности отрасли машиностроения России, а также об инновационном ее развитии. Очевиден тот факт, что для повышения уровня конкурентоспособности выпускаемой продукции необходимо участие государства в разработке и принятии мер по поддержке предприятий. К таковым мерам можно отнести: авансирование госзаказов, совершенствование налоговой политики в отношении экспорта продукции машиностроительной отрасли, формирование конкурентоспособных объединений предприятий на региональном уровне и др.

Важно понимать, что в повышении конкурентоспособности продукции машиностроительных предприятий России должны быть заинтересованы не только владельцы и руководители самих предприятий, но и все уровни государственной власти страны. Ведь именно машиностроительный комплекс во мно-

гом определяет интеллектуально-технический уровень развития государства и его экономической системы.

Библиографический список

1. Аналитический бюллетень «Машиностроение: тенденции и прогнозы». Выпуск №1. Итоги 2010 года.
2. <http://exsolver.narod.ru/Books/Econenterpr/Safronov/c17.html>
3. <http://lenta.ru/news/2009/09/08/rating>
4. http://www.equipnet.ru/articles/power-industry/power-industry_746.html
5. <http://www.rusimpex.ru/Content/Economics/Rustrade/exp-tov10.htm>
6. <http://www.xumuk.ru/ssm/78.html>

УДК 339.187.62 (470+571)

СПЕЦИФИКА ЛИЗИНГА КАК ОТНОШЕНИЙ ПОСРЕДНИЧЕСТВА В РОССИИ

Е.В. Матвеева

*Национальный исследовательский Саратовский государственный
университет им. Н.Г. Чернышевского*

В статье раскрывается специфика лизинга как отношений посредничества. Рассматриваются преимущества и недостатки лизинга с учетом дополнительных посредников. Обосновывается роль лизинга в развитии малого бизнеса.

Развитие малого бизнеса в России может тормозиться по ряду причин: непроработанность нормативно-правовой базы, ограниченность финансовых источников, высокие проценты по кредиту, сложный механизм получения кредитов для реализации инвестиционных проектов, жесткая конкуренция, отсутствие устойчивого платежеспособного спроса населения, высокие риски и другие. В данных условиях осуществление активной инвестиционной деятельности малыми предприятиями может не представляться возможным. Здесь речь кроме всего идет о приобретении нового основного капитала и его последующем обновлении. При отсутствии достаточного количества собственных средств одним из способов обновления производственно-технической базы выступает лизинг.

Лизинг в самом широком толковании представляет собой комплекс имущественных экономических отношений между участниками лизинговой операции, возникающих в связи с приобретением в собственность имущества и последующей передачей его во временное пользование за определенную плату [6, с. 91]. Он охватывает не только договор лизинга, но и сопутствующие ему договоры – купли-продажи, займа, гарантии, страхования, оказания услуг и другие [4, с. 113]. По определению Европейской экономической комиссии ООН, под лизингом понимается аренда основных средств производства, а также других товаров для их использования в производственных целях арендато-

ром, в то время как товары покупаются арендодателем и он сохраняет право собственности на них до конца сделки [8, с. 6].

Сущность лизинга проявляется в его функциях. В экономической литературе к основным можно отнести финансовую, производственную, снабженческую и функцию налоговых льгот. Наиболее интересным представляется выделение воспроизводственной функции. Воспроизводственная функция лизинга может быть разделена на две подфункции: инвестиционно-кредитную и реализационную. Через инвестиционно-кредитную подфункцию пользователь на кредитной основе получает инвестиционный ресурс и инвестиционный товар [2, с. 103]. Благодаря реализационной подфункции участники лизинговой операции увеличивают рынки сбыта своей продукции или услуг.

В мировой практике многообразие видов лизинговых операций обусловлено развитостью рыночных отношений. Принято выделять оперативный и финансовый лизинг.

Оперативный лизинг является краткосрочным, в связи с этим начисляется неполная амортизация оборудования. Данный вид лизинга сокращает риски лизингополучателя, который по причинам экономической нестабильности, быстро меняющейся информации либо с желанием обладать высокой мобильностью ресурсов не заинтересован в последующем приобретении основного капитала. Однако увеличивает риск лизингодателя по возмещению высокой остаточной стоимости предмета лизинга при отсутствии спроса на него [4, с. 114]. Этот вид операций предлагается, как правило, производителями оборудования, торговыми компаниями или их дочерними лизинговыми фирмами [8, с. 6].

Финансовый лизинг нацелен на долгосрочную перспективу сотрудничества с полной амортизацией основного капитала. Лизингополучатель в последующем может выкупить объект лизинга по остаточной стоимости. Последний вариант равносителен долгосрочному кредитованию покупки, отличаясь от обычной сделки купли-продажи моментом перехода права собственности на объект сделки к потребителю [8, с. 6].

Относительно новой тенденцией в предоставлении на цели реновации комплекса лизинговых и сопутствующих услуг выступает аренда нематериальных нефинансовых активов: патенты, торговые марки, а также франчайзинг: управление своей собственностью на чужой территории [8, с. 4].

В России, как и в других странах мира, действуют четыре основных вида лизинговых фирм [6, с. 99]:

1) компании, контролируемые банками или другими финансовыми институтами.

2) дочерние компании, создаваемые крупными производителями промышленной продукции. Такая форма работы не является противозаконной, но ввиду определенных налоговых выгод налоговые службы все чаще называют такие схемы «серыми» или «псевдолизингом» [3, с. 107].

3) независимые лизинговые компании, работающие на заемных или на собственных ресурсах, образовавшихся за счет процесса реинвестирования [3, с. 109].

4) компании с участием государственного капитала.

Посредничество между производителем основного капитала и его потребителем разворачивается следующим образом. Малые предприятия нуждаются в основном капитале. Однако у них отсутствует достаточное количество собственных финансовых ресурсов для приобретения фондов в собственность. Решить данную проблему можно при помощи лизинга. Предположим, что лизинг осуществляют лизинговые компании. Они являются посредниками между производителями основных фондов и потенциальными покупателями фондов, то есть в нашем случае малыми предприятиями. Лизинговая компания обладает информацией, в каких именно основных фондах нуждается лизингополучатель. Она закупает их у фирмы-производителя по договору купли-продажи (поставки) и передает его по договору лизинга лизингополучателю во временное пользование с возможностью последующего его приобретения.

Как отмечалось ранее, лизингодателями могут быть лизинговые фирмы, банки, дочерние фирмы крупных интегрированных структур и другие. Если рассматривать производителя основного капитала как лизингодателя, то посреднические структуры отсутствуют. Сделки совершаются напрямую – прямая транзакция. Эффективность лизинговой операции снижается по ряду причин, среди которых увеличение рисков и отсутствие единовременных выплат за оборудование.

Специфика лизинга как посреднических отношений заключается в следующих моментах.

Во-первых, наличие посреднического звена между производителем основного капитала и его потребителем.

Во-вторых, лизинговая компания является специализированным институтом, который осуществляет опосредованно передачу прав собственности от одного участника сделки другому, если подразумевается последующий выкуп основного капитала лизингополучателем. Особенность заключается во временном интервале между передачей в собственность и в ее получении. С другой стороны, если лизингополучатель не заинтересован в последующем приобретении используемого оборудования в собственность, то он лишь арендует данное имущество.

В-третьих, заключение сделок производится по договору купли-продажи, то есть производитель основного капитала передает право собственности лизинговой компании, и договору лизинга, лизинговая компания передает полученный капитал во временное пользование.

В-четвертых, возможность участия других дополнительных посреднических структур – финансовых, торговых и информационных посредников.

В-пятых, встречается не часто, вовлечение в операцию дополнительного лизингодателя. Сублизинговая операция характерна тем, что лизингодатель передает имущество в пользование лизингополучателю не напрямую, а через посредника, еще одного лизингодателя [7, с. 223]. Лизинговые платежи от лизингополучателя поступают к основному лизингодателю также через посредника [7, с. 223]. Сублизинг в большинстве случаев используется в интегрированных структурах.

Наличие лизинга повышает эффективность для всех участников сделки. Продавец основных фондов минимизирует затраты по поиску потенциальных покупателей, то есть транзакционные издержки и траты на рекламу. Лизингодатель нивелирует транзакционные издержки производителя основного капитала и лизингополучателя, так как большую часть их берет на себя. Устойчивые связи с лизингодателем обеспечивают производителю основного капитала сбыт продукции, в связи с этим возможно последующее расширение производства. Лизингополучатель имеет возможность обновить свою производственно-техническую базу при отсутствии собственных средств на покупку оборудования, снижать размер налогооблагаемой прибыли за счет отнесения лизинговых платежей на производственные расходы. Особенно это выгодно малым предприятиям, которые не могут себе позволить приобретение дорогостоящего оборудования, и соответственно использование новейших передовых технологий. Лизингополучатель не обязан предоставлять кредитные гарантии или залог. Осуществление лизинговой операции дает возможность лизингополучателю рассредоточить выплаты во времени. Он совершает сделку только с одним посредником-лизингодателем, а не со многими посредническими организациями, такими как банки и страховые агентства.

В крупномасштабных лизинговых сделках возможно участие целого ряда субъектов – коммерческие и инвестиционные банки, кредитующие лизингодателя и выступающие гарантами сделок, страховые компании, брокерские и другие посреднические фирмы [1, с. 68]. Банк в лизинговых операциях осуществляет функции кредитора для лизингодателя. К тому же начинающие свой бизнес «с нуля» предприятия, не могут предоставить лизингодателю всю финансовую информацию (например, балансы) за предшествующий период своей деятельности, поэтому обеспечение лизинговой сделки должно идти через банковскую гарантию [4, с. 115]. Получение кредита малыми предприятиями затруднено в связи с высоким риском невозврата, из-за этого проценты в банках для них будут высоки. Лизингодатель легче получает кредит в банке или в других кредитных организациях под меньший процент, поскольку он обладает материальным обеспечением, уменьшающим степень риска [5, с. 53]. Банк получает доход в виде комиссионных выплат. Страховые компании заключают договор страхования с лизингодателем. В договоре могут быть прописаны такие условия, как страхование предпринимательских рисков, страхование риска непогашения лизинговых платежей, страхование имущества, переданного в лизинг. Финансовые посредники заинтересованы в участии в лизинге из-за высокой рентабельности данной операции. Участие в лизинговой операции в условиях стабильности экономической ситуации обеспечивает коммерческую выгоду каждой стороне сделки.

Лизингополучатель за использование основных фондов осуществляет лизинговые платежи, которые включают в себя амортизационные отчисления, комиссионное вознаграждение и другие в зависимости от наличия посреднических структур в операции. Вся сумма лизинговых платежей у лизингополучателя относится на себестоимость производимой им продукции, а сумма затрат за

пользование кредитами, используемыми на финансирование лизинговых сделок, относится у лизингодателя на себестоимость лизинговых услуг [7, с. 221].

При всех преимуществах лизинговых операций существуют определенные негативные моменты. Для продавца основного капитала они заключаются в том, что лизингодатель будет приобретать оборудование только в том случае, если поступит запрос на него от лизингополучателя, а не по постоянным контрактам, в периоды экономической нестабильности обновление фондов может заказчиком не ставиться как первостепенная задача. Невыплаты лизинговых платежей лизингополучателем могут поставить лизингодателя в ситуацию, когда он не может погасить задолженности перед финансовыми посредниками. При продаже основного капитала стоимость может быть ниже рыночной из-за морального износа, из-за неплатежеспособного спроса. Лизингодатель в кризис рискует не реализовать оборудование. Для лизингополучателя лизинговая операция может оказаться более дорогостоящей, чем приобретение основного капитала посредством банковского кредита. При невыплате лизинговых платежей договор может быть расторгнут, и лизингополучатель остается без оборудования для производства собственной продукции.

В российской экономике ситуация с лизингом складывается следующим образом. Начиная с 2008 года объем нового бизнеса начал уменьшаться с 997,5 млрд. рублей в 2007 году до 720 млрд. рублей в 2008 году, в 2009 году он составил 315 млрд. рублей. Однако за первые девять месяцев 2010 года показатель увеличился до 420 млрд. рублей, что говорит о постепенном оживлении рынка. Огромное влияние на снижение всех индикаторов рынка лизинга оказал экономический кризис. Учитывая укрепление курса доллара в конце 2008 года, объем рынка лизинга сократился еще сильнее. Объем полученных лизинговых платежей сократился на 20,6% в 2009 году по сравнению с 2008 годом и составил 320 млрд. рублей, при этом за девять месяцев 2010 года поступления составили 228 млрд. рублей, что ниже аналогичного периода 2009 года на 4 млрд. рублей. Одним из основных факторов, повлиявших на снижение поступлений лизингодателям, явились трудности в возможностях оплаты при использовании финансовых посредников. Например, банки с 2008 года начали отзываться овердрафты и повышать ставки по процентам. Объем выданных банками кредитов малому и среднему бизнесу в 2009 году сократился на 26,5% [9].

По оценкам «Эксперт РА», сумма просроченных лизинговых платежей к получению на 01.07.2009 года составляла около 5% от объема лизингового портфеля, из них платежи, просроченные на 30 дней и более, составляли 3,5% портфеля, а платежи, просроченные на 60 дней и более, – около 3% объема портфеля. Количество дефолтных сделок составило примерно 3000 [9]. Ситуация изменилась благодаря реструктуризации графиков лизинговых платежей. Доля просроченной задолженности на 01.07.2010 года, согласно данным «Эксперт РА», предоставленным 73 компаниями, составила 3,5% от суммы лизингового портфеля [9].

Объем профинансированных средств также имел тенденцию к снижению. В 2009 году он составил 154 млрд. рублей, что ниже уровня 2007 года приблизительно в 3,5 раза. За девять месяцев 2010 года достиг уровня в 258 млрд. руб-

лей. Совокупный портфель лизинговых компаний увеличился в 2008 году до 1390 млрд. рублей, то есть на 15,6% от 2007 года. В 2009 году опустился на отметку в 960 млрд. рублей. Это может быть связано с увеличением количества обанкротившихся предприятий-лизингополучателей и лизинговых компаний. Негативное влияние оказала отмена ускоренной амортизации для части имущества. В 2010 году падение сменилось ростом, и за девять месяцев рассматриваемого периода совокупный портфель составил 1040 млрд. рублей. Государство стремится поддержать отечественных производителей через систему возмещения части затрат лизингодателей и лизингополучателей при осуществлении лизинговых сделок с отечественной авиатехникой, оборудованием для рыбопереработки и автотранспортом российского производства. Повлиять на инвестиционную активность среди малого и среднего бизнеса должна реализация Государственной программы финансовой поддержки, субсидирование процентной ставки.

В 2009 году на рынке лизинга, по оценкам «Эксперт РА», с малым бизнесом было заключено новых сделок на сумму 52,6 млрд. рублей. Это обусловлено более высокой доходностью сделок по сравнению с сегментом крупных клиентов. Наиболее интересны лизингодателям потенциальные клиенты из отраслей торговли, пищевой промышленности, перерабатывающих производств, полиграфии, строительства и сельского хозяйства [9]. Что касается лизингодателей, работающих с малым бизнесом, то тройка крупнейших представлена такими компаниями, как Europlan, Carcade Лизинг и ГК «Балтийский лизинг». Объем сделок в 2009 году составил 7607,8 млн. рублей, 4590 млн. рублей и 3126,4 млн. рублей соответственно. За 9 месяцев 2010 года объем сделок данных компаний значительно увеличился до 11499,4 млн. рублей, 9585 млн. рублей и 4240,4 млн. рублей.

Оживление на рынке лизинга связано, прежде всего, с ростом платежеспособного спроса населения на продукцию. По прогнозам «Эксперт РА», в 2011 году можно ожидать прироста рынка на 30-50%. В 2012 году рынок может вырасти на 10-30%, однако, если произойдет отмена ускоренной амортизации, рынок лизинга, напротив, ждет сокращение в 2-4 раза [9].

Таким образом, отношения лизинга как посреднические отношения имеют специфику, заключающуюся во временном интервале перехода прав собственности, наличии дополнительных посреднических структур, дублировании производимых операций.

Лизинг является инструментом, способствующим обновлению производственных фондов. Это может повысить конкурентоспособность российской экономики. При использовании лизинга малым бизнесом для обновления производственной базы можно преодолеть ряд барьеров, среди которых ограниченность собственных финансовых ресурсов, высокие проценты по кредиту, сложный механизм получения кредитов для реализации инвестиционных проектов. Рынок лизинга остро реагирует на изменение экономической ситуации. Для эффективного функционирования в условиях нестабильности необходима государственная поддержка, особенно это касается малого бизнеса.

Библиографический список

1. Беляева И.В. Лизинг: выбор эффективного источника финансирования инновационных проектов предприятием (фирмой) в условиях нестабильной экономики // Вестник Тамбовского университета. Серия Гуманитарные науки. – 2009. – Выпуск 10 (78). – С. 67-72.
2. Ковалева И.В. Лизинг в системе формирования инвестиционного климата // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2009. – №8 (58). – С. 103-106.
3. Левицкий Д.И. Лизинг в Российской Федерации. Особенности российского лизинга // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2008. – №4. – С. 102-110.
4. Олейникова Е.В. Лизинг как форма поддержки инновационной деятельности в ремонтном бизнесе // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2005. – №1 (6). – С. 112-121.
5. Пугин А.А. Лизинг как фактор стимулирования малого предпринимательства // Вестник Тамбовского университета. Серия Гуманитарные науки. – 2008. – Выпуск 2 (58). – С. 51-55.
6. Семеко Г.В. Лизинг – перспективная форма инвестиционной деятельности в России // Экономические и социальные проблемы России. – 2001. – №3. – С. 90-110.
7. Синдяшкина Е.Н. Лизинг для российского предпринимателя // Лесной вестник. – 2001. – №4. – С. 218-227.
8. Сусанян К.Г. Лизинг как инструмент финансирования капитальных вложений в условиях обострения мирового финансового кризиса // Российский внешнеэкономический вестник. – 2009. – №4 (Апрель). – С. 3-11.
9. www.raexpert.ru – Рейтинговое агентство «Эксперт РА»

ББК 65.9(2)30

ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРИГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

О.П. Осадчая, Д.В. Ремизов

Рубцовский индустриальный институт

Независимые государства не развиваются в вакууме, они взаимодействуют друг с другом, оказывая влияние на развитие мировой экономики. То есть государства действуют в сфере международных отношений.

Международные отношения – это совокупность экономических, политических, правовых, идеологических, дипломатических, военных, культурных и других связей и взаимоотношений между субъектами, действующими на мировой арене.

Главной особенностью международных отношений является отсутствие в них единого центрального ядра власти и управления. Они строятся на принципах полицентризма и полииерархии. Поэтому в международных отношениях большую роль играют стихийные процессы и субъективные факторы. Международные отношения выступают тем пространством, на котором сталкиваются

и взаимодействуют на разном уровне различные силы: государственные, военные, экономические, политические, общественные и интеллектуальные [1, с. 157].

Международные отношения прошли длительный исторический путь. Они возникли несколько тысячелетий назад, одновременно с появлением государств, и развивались на всех континентах. Однако в связи с относительно быстрым ростом экономической и военной мощи европейских стран, и особенно после великих открытий кон. IV – нач. XVI вв., началась колонизация европейскими дельцами и правительствами стран и регионов в Африке, Латинской Америке, в Азии, а также Австралии, которые лишились самостоятельной роли в международных отношениях, перестали быть их самостоятельными субъектами и превратились в объекты политики ряда стран Европы. Важнейшим элементом международных отношений на протяжении столетий были противоречия между капиталистическими странами, а с кон. XIX в. – нач. XX в. – противоречия между империалистическими странами. Начиная со времен Американской революции конца XVIII в. и до наших дней происходила борьба народов колонизированных стран за свое освобождение. В итоге к концу XX в. в мире сложилась система более или менее самостоятельных государств, которые вступают между собой в международные отношения. Если на протяжении веков характер и содержание международных отношений определялись интересами господствующих классов, то в последние десятилетия, с ростом взаимозависимости и взаимовлияния стран, развитием мирового рынка и международного разделения труда. Международные отношения начали все больше определяться общечеловеческими интересами. Такой поворот был связан с научно-технической и научно-технологической революциями, следствием которых были интенсификация обмена информацией, создание инфраструктур, охватывающих обширные регионы [2, с. 231].

Важнейшей составной частью международных отношений являются межгосударственные отношения. Подъем и спад мировой экономики, положение в сырьевой, топливно-энергетической, продовольственной областях, степень вовлеченности того или иного государства в международные экономические отношения, его зависимость от импорта и экспорта, от внешних кредитов и займов – все это факторы, оказывающие значительное влияние на межгосударственные отношения. Другим важным элементом международных отношений являются отношения между региональными, межгосударственными объединениями – военно-политическими коалициями, союзами, интеграционными организациями. В основе создания таких объединений лежат, как правило, совпадающие интересы и цели государств-участников. Третьим элементом международных отношений являются политические правительственные и неправительственные организации [2, с. 231-232].

Приграничное сотрудничество безусловно относится к сфере международных отношений, причем охватывает все три их элементных уровня.

Становление и эволюция приграничного сотрудничества (как и любого другого вида межгосударственных взаимодействий) во многом связано с интеграционными тенденциями в мировой экономике.

Образование региональных организаций в странах, разных по уровню развития и общественно-политическому устройству на протяжении относительно небольшого исторического периода, свидетельствует о возникновении нового явления. В научной литературе по-разному трактуются сущность, причины и последствия международной региональной интеграции и дезинтеграции. В экономической теории утверждается мнение о том, что интеграция оказывает все более осязаемое воздействие как на многие аспекты международной жизни, так и на внутриэкономическое положение стран – участниц региональных организаций.

Формирование конкурентного хозяйственного механизма экономики любого государства, обеспечивающего удовлетворение потребностей населения на более высоком уровне, невозможно вне мирового хозяйства. Опыт развития наиболее продвинутой межправительственной организации (ЕС) показал, что интеграция становится реальным фактором экономического роста. Рост экономической взаимозависимости сопровождается углублением интеграции в политической, социальной и научно-культурных областях.

История развития интеграционных процессов уходит в двадцатый век. Если первая половина двадцатого века стала эпохой формирования независимых национальных государств, то во второй половине начался обратный процесс. Эта тенденция сначала (с 1950-х) получила развитие только в Европе, но затем (с 1960-х) распространилась и на другие регионы. Многие страны добровольно отказались от полного национального суверенитета и образовали интеграционные объединения с другими государствами. Главной причиной этого процесса является стремление к повышению экономической эффективности производства, и сама интеграция носит, прежде всего, экономический характер. Бурный рост экономических интеграционных блоков отражает развитие международного разделения труда и международной производственной кооперации. С 1947 года в мире было создано более 60 интеграционных группировок, что определялось целым рядом предпосылок [3, с. 59].

Основными целями региональной интеграции выступают [4, с. 118]:

- использование преимуществ экономики масштабов, которое обеспечивает расширение размеров рынка, сокращение транзакционных издержек, прилив прямых иностранных инвестиций;

- создание благоприятной внешнеполитической среды, укрепление взаимопонимания и сотрудничества в политической, военной, социальной и других неэкономических областях;

- решение задач торговой политики. Региональная интеграция рассматривается как способ укрепить переговорные позиции участвующих стран в рамках многосторонних переговоров в ВТО. Кроме того, региональные объединения позволяют создать более стабильную основу для взаимной торговли;

- содействие структурной перестройке экономики. Подключение стран, создающих рыночную экономику или осуществляющих глубокие экономические реформы, к региональным торговым соглашениям стран с более высоким уровнем рыночного развития рассматривается как важнейший канал передачи рыночного опыта. Более развитые страны, подключая своих соседей к процес-

сам интеграции, также заинтересованы в ускорении их рыночных реформ и создании там полноценных емких рынков;

- поддержка молодых отраслей национальной промышленности, так как для них возникает более широкий региональный рынок;

- объективное содержание интеграции составляет переплетение, взаимопроникновение и сращивание воспроизводственных процессов, что обеспечивает более эффективное взаимодействие между странами.

Определенные предпосылки к становлению и развитию самого приграничного сотрудничества прежде всего возникли в Европе.

Характерной чертой Европейского континента является не только общая культура и история, но и существование большого количества границ.

Большинство исторических процессов, которые берут свое начало в средние века, привели в XIX и XX веках к возникновению различающихся моделей государств, которые преимущественно существуют в настоящее время и ведут самостоятельную политику. Государственные границы в течение последних трех столетий отделяли регионы и этнические группы. Создавались искусственные барьеры, а боязнь военной агрессии приводила к слабому, немногочисленному заселению приграничных территорий. Экономическая активность, торговля, а вместе с ними и население перемещалось из приграничных территорий в центр государств. Транспортные пути тянулись вдоль границы. Территории с большей плотностью населения, лежащие вблизи границ, а также хорошо развитые промышленные регионы становились причиной политических конфликтов и войн. За немногим исключением европейские приграничные пространства становились территориями слабо развитыми, имеющие слабую транспортную сеть. Природные границы, такие как реки, озера, моря и горы, дополнительно усиливали существующие барьеры. Политические концепции и амбиции отдельных военных блоков сделали границы "непроницаемыми". Отличающаяся политика, реализуемая по разные стороны границы, в особенности в отраслях управления, экономики, культуры и социальных дел, еще сильнее ухудшили ситуацию, создавая из государственных границ барьеры, разделяющие народы.

Жители приграничных регионов, наиболее вовлекаемые в исторические конфликты, чувствовали к себе боязнь и непонимание. Эти условия не благоприятствовали образованию контактов и открытому сотрудничеству приграничных регионов различных европейских государств.

Трансграничное сотрудничество на приграничных территориях имеет давние традиции. Несмотря на это в некоторых государствах Европы, таких как в Испании, Португалии и Греции, трансграничное сотрудничество могло начать развиваться только в 80-х гг., в результате глубоких политических перемен, возникновения демократических систем, а также вхождения в Европейский союз (ЕС). В странах центральной и восточной Европы аналогичный процесс начался в 1989 г.

После окончания Второй мировой войны, в 50-е гг., представители приграничных регионов встречались во многих частях Европы для того, чтобы обсудить способы ликвидации пограничных преград. Было это обусловлено необхо-

димостью увеличения жизненного уровня населения, а также для обеспечения стабильного мира [5].

Главной целью трансграничного сотрудничества стала ликвидация пограничных ограничений и других составляющих, влияющих на разделение общности в приграничных регионах. Это относилось и к природным границам, которые преодолевались путем строительства мостов и туннелей. Негативные результаты существования государственных границ ликвидировались и будут ликвидироваться благодаря ограничению их значения и минимизации роли административных границ.

После Второй мировой войны жители некоторых приграничных территорий скандинавских стран поняли, что нельзя в сложившихся условиях достичь уровня жизни населения, живущего в глубине страны, они должны генерировать или полностью уничтожить негативное воздействие существующих границ. В конце концов, пришли к выводу, что, ввиду недостатка компетенции в области права и управления, эффективность их деятельности для регионов и общности будет ограничена. С целью устранения этого недостатка началось создание совместных образований занимающихся проблемами, стоящими перед обеими сторонами. Эти образования часто объединялись, создавая более широкий инструмент трансграничного сотрудничества [5].

Образование общего европейского рынка в Европейском союзе, демократические перемены в странах центральной и восточной Европы в конце 80 годов открыли большинство государственных границ и присоединили к сотрудничеству многие новые пограничные регионы. Увеличились также возможности кооперации в других государствах, о чем свидетельствуют совместные французско-британские и датско-шведские проекты. Открытие границ и образование новых обращало внимание на существование пограничных проблем. Стало ясно, что интеграция Европейского союза требует принятия специальных действий, позволяющих преодолеть проблемы, которые тормозят данный процесс.

В настоящее время существует много приграничных регионов в центральной и восточной Европе, на территориях которых с помощью международных организаций в рамках расширения европейской интеграции на восток реализуется трансграничная инициатива и ведутся проекты. Эти регионы стремятся использовать опыт стран Западной Европы в реализации трансграничного сотрудничества и с удовольствием принимают позитивные поправки, относительно ведения практического сотрудничества.

Определенные модели приграничного сотрудничества также проходили в своем развитии различные этапы.

Одной из наиболее интересных форм приграничного сотрудничества является *еврорегион*.

Еврорегионы, как форма интеграционного сотрудничества, зародились в Западной Европе в контексте общего процесса европейской интеграции. Основной задачей данных трансграничных объединений стало стимулирование социально-культурного и экономического диалога на местном уровне в дополнение интеграции на уровне государств ЕЭС. *На сегодня в Европе насчитыва-*

ется свыше 120 еврорегионов и продолжается процесс их создания. Первые еврорегионы были созданы в 50-е годы XX в. в соседствующих странах Западной Европы – Германии, Франции, Люксембурге [6].

В 80-е годы еврорегионы превратились в действенный инструмент адаптации к нормам и правилам Европейского союза государств, претендующих на вступление в него в ближайшей или более отдаленной перспективе. Для этого были организованы отбор и финансирование конкретных проектов сотрудничества с регионами таких государств в области культуры, экологии, науки и т.д.

Основным юридическим документом, регулирующим создание и функционирование еврорегиона, является *"Европейская Рамочная Конвенция по трансграничному сотрудничеству"*. Согласно этому документу, субъектами сотрудничества приграничных регионов различных европейских стран являются органы местного самоуправления и государственной администрации, действующие в рамках национального внутреннего законодательства.

Существуют примеры создания и развития организаций приграничного сотрудничества и в форме *свободных экономических зон*.

Сейчас в мире функционирует, по разным данным, от 400 до 2000 свободных экономических зон. Впервые СЭЗ были созданы в США по акту 1934 г. в виде зон внешней торговли. Целью их была активизация внешнеторговой деятельности посредством использования эффективных механизмов снижения таможенных издержек.

При этом главным образом предполагалось сокращение импортных тарифов на детали и компоненты для производства автомобилей. В зоны внешней торговли были превращены склады, доки, аэропорты. Предприятия, действующие в указанных зонах, выводились из-под таможенного контроля в США, если импортируемые в зону товары затем направлялись в третью страну. Таможенные издержки снижались и тогда, когда в зоне осуществлялась "доводка" продукции фирм США для последующего экспорта. Если же товары из зоны шли в США, они в обязательном порядке проходили все таможенные процедуры, предусмотренные законодательством страны.

В 1967 г. в Бразилии была создана свободная экономическая зона иного типа – "промышленный округ свободной зоны Манаус" (Амазония). Выделенная для этой СЭЗ площадь – 3,6 млн. кв. км; цель – стимулирование развития промышленного производства; основное средство достижения цели – налоговые льготы. Эта зона получила быстрое развитие, что в значительной степени повлияло на оздоровление экономики всей Бразилии. Ядро СЭЗ составили примерно 30 сырьевых и топливно-энергетических отраслей, продукция которых потреблялась в самой Бразилии. Экспорт зоны достигал только 3-5% производства.

В 1978 г. в Китае были созданы свободные экономические зоны в 14 прибрежных городах. Цель – развитие внешней торговли. Основным инструментом – налоговые и таможенные льготы. На каждый гектар зоны в период ее становления ежегодно вкладывалось примерно 15-17 млн. долл. США. Всего с момента создания по 1987 г. в СЭЗ Китая было привлечено приблизительно 22 млрд.

долл. Через них проходило 2/3 внешнего товарооборота страны. В 1990 г. экспорт только одной зоны Шеньчжень составил 3 млрд. долл.

Таким образом, рассмотрение мирового опыта организации приграничного сотрудничества в историческом разрезе позволяет говорить о том, что его создание и успешное функционирование – весьма действенное направление развития экономики как отдельных территорий и регионов, так и государств в целом.

Библиографический список

1. Политология: Учебное пособие для вузов / научный редактор А.А. Радугин. – 2-е изд., перераб. и дополн. – М.: Центр, 2000. – 336 с.
2. Политология: Энциклопедический словарь / Общ. ред. и сост. Ю.И. Аверьянов. – М.: Изд-во Моск. коммерч. ун-та, 1993. – 431 с.
3. Международная экономика. Учебное пособие / Дж. Линч, М. Уаттс, Д. Уэнтворт. М.: М/н центр эконом. образ-я, 2002. – 181 с.
4. Савельев С. Європейська інтеграція та маркетинг. Тернопіль: Карт-Бланш. – 2003. – 482 с.
5. Луиджи Кондорелли, Никола Леврата. Регионы Европы : территории мира и процветания, вступительный доклад [Текст]. Конференция о регионализации в Европе : оценка и перспективы, Женева 3-5 июня 1993 г.
6. Яценко А.А. Трансграничное сотрудничество регионов Украины и России: проблемы и перспективы [Текст]. Материалы конференций Донецкого экономико-гуманитарного института.

ББК 63.3(2)51

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КРЕСТЬЯНСКОЙ РЕФОРМЫ 1861 ГОДА В РОССИИ

А.В. Прокопьев

Рубцовский индустриальный институт

В нынешнем году исполнилось 150 лет одной из самых важных экономических реформ, проведенных государственной властью в России за всю ее многовековую историю, – отмене крепостного права.

Первые шаги к отмене крепостного права были сделаны Александром I в 1803 году подписанием «Указа о свободных хлебопашцах», в котором прописан юридический статус отпускаемых на волю крестьян. В 1816-1819 гг. крепостное право было отменено в прибалтийских губерниях Российской империи.

Процентное отношение помещичьих крепостных крестьян ко всему взрослому мужскому населению империи достигло своего максимума к концу царствования Петра I (55%), в течение последующего периода XVIII века составляло около 50% и опять выросло к началу XIX века, достигнув 57-58% в 1811-1817 гг. Впервые существенное сокращение этой пропорции произошло при Николае I. Так, к 10-й ревизии (1858) доля крепостных во всем населении империи упала до 37%. Согласно переписи населения 1857-1859 годов, в крепостной зависимо-

сти находилось 23,1 миллиона человек (обоих полов) из 62,5 миллионов человек, населявших Российскую империю.

В течение царствования Николая I было создано около десятка различных комиссий для решения вопроса об уничтожении крепостного права, но все они оказались безрезультатными ввиду противодействия помещиков. Тем не менее, в течение данного периода произошла существенная трансформация данного института и резко сократилась численность крепостных, что облегчало задачу окончательной ликвидации крепостного права. К 1850 г. сложилась ситуация, когда она могла произойти и без согласия помещиков. Как указывал историк В.О. Ключевский, к 1850 году более 2/3 дворянских имений и 2/3 крепостных душ были заложены в обеспечение взятых у государства ссуд. Поэтому освобождение крестьян могло произойти и без единого государственного акта. Для этого государству достаточно было ввести процедуру принудительного выкупа заложённых имений с уплатой помещикам лишь небольшой разницы между стоимостью имения и накопленной недоимкой по просроченной ссуде. В результате такого выкупа большинство имений перешло бы к государству, а крепостные крестьяне автоматически перешли бы в разряд государственных (то есть фактически лично свободных) крестьян. Именно такой план и вынашивал П.Д. Киселев, отвечавший за управление государственным имуществом в правительстве Николая I.

Однако эти планы вызывали сильное недовольство помещиков. Поэтому новое правительство, сформированное Александром II, решило ускорить решение крестьянского вопроса. Как сказал сам царь в 1856 году на приеме у председателя московского дворянства, «лучше отменить крепостное право сверху, нежели дожидаться, пока оно само собою начнет отменяться снизу».

Основными причинами реформы были: кризис крепостнической системы, крестьянские волнения, особенно усилившиеся во время Крымской войны. Крестьяне, к которым царская власть обратилась за помощью, призывая в ополчение, полагали тем самым, что своей службой они заслужат себе свободу от крепостной зависимости. Надежды крестьян не оправдались. Значительную роль в отмене крепостного права играли нравственный аспект и вопрос государственного престижа. Так, в США рабство было отменено почти одновременно с отменой крепостного права в России. Но ведь США зарабатывали себе рабов в колониях, а Россия превратила в них свое же внутреннее население.

19 февраля (3 марта) 1861 в Петербурге Александр II подписал *Манифест об отмене крепостного права* и *Положение о крестьянах, выходящих из крепостной зависимости*, состоявшие из 17 законодательных актов. Манифест «О Всемилоштивейшем даровании крепостным людям прав состояния свободных сельских обывателей» от 19 февраля 1861 года сопровождался рядом законодательных актов (всего 22 документа), касающихся вопросов освобождения крестьян, условий выкупа ими помещичьей земли и размеров выкупаемых наделов по отдельным районам России.

«Манифест» и «Положения» были обнародованы с 7 марта по 10 апреля (в Петербурге и Москве – 5 марта). Опасаясь недовольства крестьян условиями реформы, правительство приняло ряд мер предосторожности (перемещение

войск, командирование на места лиц императорской свиты, обращение Синода и т.д.). Крестьянство, недовольное условиями реформы, ответило на неё массовыми волнениями. Всего в течение только 1861 года было зафиксировано 1176 *крестьянских восстаний*, в то время как за 6 лет с 1855 года по 1860 год их было лишь 474. Таким образом, число крестьянских восстаний в 1861 году в 15 раз превысило прежний «рекорд» второй половины 1850-х годов. Восстания не утихали и в 1862 году и подавлялись очень жестоко. За два года после объявления реформы правительству пришлось применить военную силу в 2115 селах.

Основной акт – «Общее положение о крестьянах, вышедших из крепостной зависимости» – содержал главные *условия* крестьянской реформы:

1) Крестьяне перестали считаться крепостными и стали считаться «*временнообязанными*», они получили права «свободных сельских обывателей», то есть полную гражданскую правоспособность во всем, что не относилось к их особым сословным правам и обязанностям – членству в сельском обществе и владению наделной землей.

2) Крестьянские дома, постройки, все движимое имущество крестьян было признано их личной собственностью.

3) Крестьяне получали выборное самоуправление. Низшей (хозяйственной) единицей самоуправления было *сельское общество (община)*, высшей (административной) единицей – волость.

4) Помещики сохраняли собственность на все принадлежавшие им земли, однако обязаны были предоставить в *пользование* крестьянам «усадебную оседлость» (придомовый участок) и полевой надел. Земли полевого надела предоставлялись *не лично крестьянам, а в коллективное пользование сельским обществам*, которые могли распределять их между крестьянскими хозяйствами по своему усмотрению. Минимальный размер крестьянского надела для каждой местности устанавливался законом.

5) За пользование наделной землёй крестьяне должны были *отбывать барщину или платить оброк*.

6) Размеры полевого надела и повинностей должны были фиксироваться в уставных грамотах, которые составлялись помещиками на каждое имение и проверялись мировыми посредниками.

7) Сельским обществам предоставлялось *право выкупа усадьбы* и по соглашению с помещиком – *полевого надела*, после чего все обязательства крестьян перед помещиком прекращались; крестьяне, выкупившие надел, именовались «крестьянами-собственниками». Крестьяне также могли отказаться от права выкупа и *бесплатно получить* от помещика надел в размере четверти от надела, который они имели право выкупить; при наделении бесплатным наделом временнообязанное состояние также прекращалось.

8) Государство на льготных условиях предоставило помещикам финансовые гарантии получения выкупных платежей (*выкупная операция*), приняв их выплату *на себя*; крестьяне, соответственно, должны были выплачивать выкупные платежи государству.

Согласно реформе устанавливались *максимальные и минимальные размеры крестьянских наделов*. Наделы могли уменьшаться по специальным согла-

шениям крестьян с помещиками, а также при получении дарственного надела. При наличии в пользовании крестьян до реформы наделов меньшего размера помещик обязан был или прирезать недостающую землю до размера минимума или снизить повинности. Прирезки имели место только в том случае, если за помещиком остаётся не менее трети (в степных зонах – половины) земель. Если надел до реформы был больше высшего размера, то помещик отрезал в свою пользу «лишнюю» землю. Если надел был менее высшего размера, то повинности уменьшались, но не пропорционально.

В результате этого *средний размер крестьянского надела* пореформенного периода составлял 3,3 десятины (3,6 га) на душу (1 десятина равна 1,0925 га), что было *меньше, чем до реформы*. В чернозёмных губерниях помещики отрезали у крестьян пятую часть их земель. Самые большие потери понесли крестьяне Поволжья. Помимо отрезков, другими *инструментами ущемления прав крестьян* были переселения на неплодородные земли, лишение выпасов, лесов, водоёмов, загонов и других необходимых каждому крестьянину угодий. Трудности для крестьян представляла и чересполосица, вынуждавшая крестьян арендовать у помещиков земли, которые вдавались клиньями в крестьянские наделы.

Крестьяне находились во временнообязанном состоянии вплоть до заключения выкупной сделки. Фактически временнообязанные крестьяне работали на условиях *аренды земли*.

Во время временнообязанного состояния крестьяне обязаны были за пользование землёй платить *оброк* и трудиться на *барщине*. Размер оброка за полный надел составлял 8-12 рублей в год (1 рубль того времени по покупательной способности был эквивалентен современной тысяче рублей, но, например, продукты питания были относительно дороже). Прибыльность надела и размер оброка никак не были связаны. Самый высокий оброк (12 рублей в год) платили крестьяне Петербургской губернии, земли которой были крайне неплодородны. Напротив, в чернозёмных губерниях величина оброка была значительно ниже.

Ещё одним пороком оброка была его *градированность*, когда первая десятина земли оценивалась дороже остальных. Например, в нечернозёмных землях при полном наделе в 4 десятины и оброке в размере 10 рублей за первую десятину крестьянин платил 5 рублей, за вторую – 2,5 рубля, за третью и четвертую – по 1,25 рубля. Это вынуждало крестьян покупать земли, а помещикам давало возможность выгодно сбывать неплодородные земли.

Барщину обязаны были отбывать все мужчины в возрасте от 18 до 55 лет и все женщины в возрасте от 17 до 50 лет. В отличие от прежней барщины, пореформенная барщина была более ограничена и упорядочена. За полный надел крестьянину полагалось отработать на барщине не более 40 мужских и 30 женских дней в год (т.е. уплатить помещику трудом около 10% своего годового дохода).

На первых порах срок временнообязанного состояния не указывался. Действие причин, заставлявших помещиков соглашаться на выкуп или требовать его, с течением времени постепенно ослабевало, так что к 1880 годам *временнообязанных крестьян оставалось еще свыше 15%*. Наибольшее число времен-

нообязанных крестьян оставалось в тех местностях, где помещику казалось невыгодным требовать выкупа или согласиться на выкупную сделку при условиях, желательных для крестьян. В ряде губерний временнообязанных крестьян оставалось очень много – в Курской губернии 44 %, в Нижегородской – 35%, в Тульской – 31%. Быстрее шёл переход на выкуп в чернозёмных губерниях, там же добровольные сделки преобладали над обязательным выкупом. Помещики, имевшие большие долги, чаще, чем другие, стремились ускорить выкуп и заключить добровольные сделки.

Положение временнообязанных крестьян, по собранным правительством сведениям, оказывалось крайне неудовлетворительным и в общем гораздо худшим, чем положение крестьян-собственников в той же местности – а между тем надеяться на добровольный выкуп с каждым годом становилось труднее. Временнообязанные отношения крестьян грозили в некоторых местностях превратиться в вечнообязательные. Ввиду такого положения дела, правительство установило, законом от 28 декабря 1881 года, *обязательный выкуп*, с 1 января 1883 года, для всех крестьян, остававшихся еще к тому времени во временнообязанных отношениях.

В то же время в девяти западных губерниях (Виленской, Гродненской, Ковенской, Минской, Витебской, Могилевской, Киевской, Подольской и Волынской) обязательный выкуп был введен указами еще 1863 года. С другой стороны, на Кавказе и в Закавказье обязательный выкуп был введен только в 1912-1913 годах.

Положение «О выкупе крестьянами, вышедшими из крепостной зависимости, их усадебной оседлости и о содействии правительства к приобретению ими крестьянами в собственность полевых угодий» определяло порядок выкупа крестьянами земли у помещиков, организацию выкупной операции, права и обязанности крестьян-собственников. *Цена земли определялась оброком, капитализированным из расчета 6% годовых.* Например, если оброк составлял 10 рублей в год, то цена надела устанавливалась в 167 рублей.

Крестьянин обязан был немедленно уплатить помещику 20% выкупной суммы, а остальные 80% вносило государство. Крестьяне должны были погашать её в течение *49 лет* ежегодно равными выкупными платежами. Ежегодный платёж составлял 6% выкупной суммы. Таким образом, крестьяне *суммарно уплачивали 294% выкупной ссуды.* В современных терминах, выкупная ссуда была кредитом с аннуитетными платежами на срок 49 лет под 5,6% годовых. Например, за участок стоимостью 167 рублей крестьянин платил оброк в размере 10 рублей. Если совершалась выкупная операция, то крестьянин единовременно выплачивал помещику 33,4 рубля (фактически сумма оброка за 3,5 года). Остальные 133,6 рубля за надел помещику выплачивало государство. Крестьянин в течение 49 лет платил по 8 рублей в год государству. В первые годы выплаты долга процентные платежи составляли 7,5 рубля и только 50 копеек в год в погашение основного долга.

Ставка кредита в 5,6% годовых, учитывая неипотечный характер кредита (за неуплату выкупных взносов можно было изъять личное, не имеющее производственного значения имущество крестьян, но не саму землю) и проявившуюся

ся ненадежность заемщиков, была сбалансированной и сообразной со сложившимися ставками кредитования всех других видов заемщиков в то время.

Не стоит думать, что государство единовременно выплачивало помещикам 80% стоимости выкупаемых крестьянами земель. Согласно статье 4 Положения «О выкупе ...» правительство ссужало под приобретаемые крестьянами земли определенную сумму, с рассрочкою уплаты ее на продолжительный срок. Для получения средств на ссуды *правительство выпустило особые процентные бумаги, которые и передавались помещикам*, а в дальнейшем обслуживались. Правительство принимало на себя уплату процентов и капитала по выданным помещикам процентным бумагам, а крестьяне делались из временнообязанных крестьянами-собственниками и становились в непосредственное отношение к правительству по уплате процентов и погашения по выданным выкупным ссудам.

Крестьяне могли выкупить усадьбу *независимо от согласия* на то помещика. Однако при выкупе усадьбы выкупную сумму полностью должны были внести сами крестьяне. Поэтому такой вариант сделки имел место крайне редко. Выкупная ссуда имела место только при приобретении крестьянами усадебной оседлости вместе с полевыми землями и угодьями.

Выкуп земли, как общее правило, был поставлен в зависимость от взаимного добровольного соглашения между помещиком и крестьянами. Выкуп мог быть для крестьян также и обязательный, по требованию помещика. Однако в данном случае размер вознаграждения определялся только выкупной ссудой и помещик терял право на дополнительные платежи.

Положение о выкупе допускало также *досрочное погашение*. Согласно статье 165 каждый отдельный домохозяин имел право внести выкупную сумму, следующую с него по расчёту, за находящейся в его пользовании надел и требовать затем выдела ему соответственного участка, который становился его частной собственностью. Эта статья *расшатывала общинное землевладение*. Выкуп по 165 статье в конце XIX века прогрессивно возрастал: до 1882 года было выкуплено 47735 душевых наделов в количестве 178 тысяч десятин, а к 1887 году цифра эта поднялась до 101413 душевых наделов, в количестве 394 504 десятин, то есть за 6 лет (1882-1887) выкуплено больше чем вдвое наделов и земли против того, сколько было выкуплено за 20 предшествовавших лет.

Выкупные платежи стали для крестьян самой тяжёлой формой прямых налогов. Их размер зависел от прежде существовавшего оброка. Однако выкупные платежи, как можно видеть по способу их исчисления, были меньше оброчных. В нечернозёмных промысловых губерниях имела место *несоразмерность выкупных платежей* за землю, определённых на основе оброка (который крестьяне уплачивали, занимаясь отхожим промыслом) *со сравнительно низкой ценностью и доходностью земли*. В этих губерниях требование помещиками выкупа представляло для них прямой экономический расчёт, так как помещик, несмотря на сопряженный с этим отказ от дополнительных взносов и потерю на курсе в процентных бумагах (если он желал реализовать в деньгах выкупную ссуду), в сущности как бы продавал крестьянам землю за цену, далеко превышавшую действительную ее стоимость. На 1877 год число сделок по требова-

нию помещиков почти вдвое превышало число сделок по обоюдному соглашению, что, несомненно, доказывает, что оброчные платежи и основанная на них выкупная стоимость наделов были, в общем, гораздо выше действительной ценности и доходности земли и что выкупная операция была весьма выгодною для помещиков.

Наибольшее число выкупных сделок было заключено в первое время по освобождении. К 1864 году из всего числа бывших крепостных приступило к выкупу 16,7%. На 1 января 1877 года в 39 губерниях, состоящих на общем положении, число утвержденных выкупных сделок было 61 784; из них состоялось по соглашению с помещиком 21 598 (35%) и по одностороннему требованию помещиков 40 186 (65%).

Несмотря на недоимки в 16-17 миллионов рублей по выкупным платежам, вызванные переоценкой ценности земли, выкупная операция в целом за первые 20 лет принесла 40 миллионов рублей прибыли. В связи с этим по указу от 28 декабря 1881 года *выкупные платежи были понижены*.

Совокупное понижение выкупных платежей по 49 губерниям определилось в 11 млн. рублей, что составило 27% годового оклада этих платежей до понижения. Но по отдельным губерниям, а тем более по уездам и селениям, этот процент колеблется в весьма широких пределах, от 16% (Херсонская губерния) до 92% (Олонецкая губерния). В 25 уездах выкупные платежи были понижены наполовину и более против прежнего оклада, а в 57 понижение составило не более 16%.

Выкуп всех наделных земель бывших помещичьих крестьян должен был окончиться в 1932 году, но выкупные платежи были прекращены с 1 января 1907 года в рамках столыпинской аграрной реформы под влиянием революции 1905 года.

С 1861 года по 1906 год с бывших помещичьих крестьян было получено свыше 1,6 млрд. рублей за земли, стоившие в 1861 году 544 млн. рублей. Доход правительства составил около 700 млн. рублей.

Кроме бывших помещичьих крестьян выкуп земель, в силу особых законов и на несколько иных основаниях, был распространен и на две другие обособленные группы: на крестьян *удельных* (принадлежавших царской семье) и *государственных*. По положению 26 июня 1863 года «О поземельном устройстве крестьян государевых, дворцовых и удельных имений», все находившиеся в пользовании этих крестьян земли были предоставлены им не в постоянное пользование, как при наделении помещичьих крестьян, а в собственность, с применением обязательного выкупа. Удельное ведомство предоставило крестьянам в собственность те земли, которые находились в их пользовании, не увеличивая прежних платежей, а обращая их в выкупные, платимые в течение 49 лет. Для определения выкупной суммы, следующей с удельных крестьян, их прежний оброк за отведенные им земли капитализировался из 6% годовых. С полученной таким образом выкупной суммы крестьяне должны вносить в течение 49 лет в доход удельного или дворцового ведомства по 6 копеек с рубля. Таким образом, для данных категорий крестьян была использована *схема, аналогичная примененной в отношении помещичьих крестьян*.

Крестьянская реформа привела к коренному изменению в способе хозяйствования и извлечения дохода из земли. Даровой труд отменялся, надо было рассчитывать на наемных рабочих, которые не могли довольствоваться одной натуральной платой. Российские помещики были обременены огромными долгами. Ко времени крестьянской реформы в государственных кредитных учреждениях состояло в залоге 44166 имений, на которых числилось 425,5 млн. рублей долга. При такой громадной задолженности, свидетельствующей о большой нужде помещичьего класса в деньгах, приостановление 16 апреля 1859 года выдачи ссуд из государственных кредитных учреждений под залог помещичьих имений вызывало настоятельную нужду в новом источнике займов. Устройство частных земельных банков началось только с 1864 года, а до этого времени, с 1861 года, выкупная операция представляла единственный изобильный источник удовлетворения потребности помещиков в капитале.

Задолженность дворянского землевладения значительно облегчила финансовую сторону выкупной операции, так как при переводе помещичьих долгов кредитным учреждениям на крестьянские наделы не требовалось выпуска процентных бумаг на всю сумму выкупной ссуды. По балансу операции на 1 января 1881 года, на 748,5 млн. рублей выкупной ссуды приходилось 302,7 млн. рублей долга помещиков бывшим кредитным учреждениям.

Проведение реформы началось с составления *уставных грамот*, которое в основном было закончено к середине 1863 года. Уставные грамоты заключались не с каждым крестьянином по отдельности, а с «миром» в целом. «Мир» представлял собой общество крестьян, находившихся в собственности отдельного помещика. На 1 января 1863 года крестьяне отказались подписать около 60% грамот.

Цена земли по выкупу значительно превышала её рыночную стоимость в то время, в нечерноземной полосе в среднем в 2-2,5 раза (в 1854-1855 гг. цена всех крестьянских земель составляла 544 миллиона рублей, в то время как выкуп составлял 867 миллионов). В результате этого в ряде районов крестьяне добивались получения дарственных наделов и в некоторых губерниях (Саратовская, Самарская, Екатеринославская, Воронежская и др.) появилось значительное число крестьян-дарственников.

Переход из «временнообязанных» в «выкупные» не давал крестьянам права покинуть свой участок (то есть обещанной свободы), но значительно увеличивал бремя платежей. Выкуп земли по условиям реформы 1861 года для подавляющего большинства крестьян растянулся на 45 лет и представлял для них настоящую кабалу, поскольку они не были в состоянии выплачивать такие суммы. Так, к 1902 году общая сумма недоимок по крестьянским выкупным платежам составляла 420% от суммы ежегодных выплат, а в ряде губерний превышала 500%. Лишь в 1906 году, после того как *крестьяне в течение 1905 года сожгли порядка 15% помещичьих имений в стране*, выкупные платежи и накопившиеся недоимки были отменены, и «выкупные» крестьяне, наконец, получили свободу, обещанную им 45 лет назад.

Крестьянская реформа 1861 года положила начало процессу быстрого обнищания крестьян. Средний крестьянский надел в России в период с 1860 года

по 1880 год уменьшился с 4,8 до 3,5 десятин (почти на 30%), появилось множество разорившихся крестьян, сельских пролетариев, живших случайными заработками.

В целом, через 150 лет оценивая результаты этой великой реформы, можно, безусловно, выделить ее положительные и отрицательные стороны. Но, полагаю, никто не будет спорить с тем, что несколько веков крепостничества в России нанесли стране непоправимый урон. Решать проблему крепостного права было *абсолютно необходимо*. И заслуга императора Александра II Освободителя в том, что ему хватило *политической воли и гражданского мужества* для решения этой проблемы.

В крепостном праве во многом лежат проблемы тоталитаризма, авторитарной культуры общества, до конца не изжитые и поныне. Крепостное право стало одним из факторов, приведших к Октябрю 1917 года. Не будем обвинять в формировании этого института Петра I, Алексея Михайловича и др. Его возникновение во многом объясняется объективными причинами, особым природным и геополитическим положением страны в XVI-XVIII веках. Но в XIX веке оно превратилось в анахронизм.

Как было показано в настоящей работе, крепостное право в самом широком его понимании было ликвидировано *только в начале XX века*, когда крестьян уравнивали со всеми другими сословиями в правах, когда прекратились абсолютно все крестьянские выплаты за землю и когда был принят столыпинский закон о свободном выходе из общины.

Началось очень быстрое изменение крестьянской жизни к лучшему. Сразу же пошла социальная дифференциация, расслоение крестьянства, стали появляться зажиточные и очень зажиточные крестьяне. К 1916 году больше трети сельских жителей уже вышли из общин. Но война, революция помешали этим процессам.

Уже через десять лет, когда НЭП сменилась коллективизацией, всю землю и свободу у крестьян отобрали. *Коллективизацию* крестьяне восприняли крайне отрицательно. Большевикам пришлось уничтожить крестьянство как сословие – голодоморами, репрессиями, чтобы подавить его и заставить смириться с новым крепостным правом, которое сами крестьяне называли не иначе, как «ВКПБ» – «Второе крепостное право большевиков».

При всех своих минусах крепостное право отличалось от коллективизации тем, что при нем *не было физического уничтожения лучшего крестьянства*. Наоборот, зажиточный крестьянин был выгоден помещику, с него можно было получать хороший оброк. Люди уходили в отхожий промысел, что-то выплачивали помещику, остальное оставляли себе. Они богатели, становились мелкими и средними капиталистами.

Первое, что сделала коллективизация, – физическое уничтожение крестьян. Одних расстреливали, других выслали в районы, где они просто не могли существовать. Кроме того, огромная масса людей, в ужасе от того, что происходило, просто бросила свои деревни и ушла в города, где они окончательно отвыкли от крестьянского труда.

Наконец, условия жизни в колхозах при Сталине были значительно хуже условий жизни большинства крепостных в царской России. Их лишили отхожего и надомного промыслов, отобрали паспорта, им перестали платить деньги, и они жили только трудоднями.

То, что крепостное право оставило до сих пор не изглаженный генетический след в российском населении – бесспорно. Низкий предпринимательский потенциал, патерналистские настроения, наплевательское отношение к собственной жизни – все это заложено длительным периодом закрепощения.

Сначала крепостное право, в котором многие российские крестьяне ментально пребывали еще долго после его отмены, потом колхозный строй, снова закрепостивший сельских жителей аж до 80-х годов прошлого века. В годы коллективизации российское крестьянство пережило селекцию, в результате которой смогли выжить только потомки беднейших крестьян, тех, которые никогда не имели полноценной частной собственности, своего хозяйства.

Еще парадокс: крестьянство было практически уничтожено как сословие, но страна в итоге всех передраг стала почти поголовно крестьянской. Дворянская, интеллигентская эмиграции, репрессии, которые затрагивали, конечно, всех, но оставляли в стране в большинстве выходцев из беднейшего крестьянства – в итоге все, что мы сегодня имеем, тянется не от потомственных аристократов, не от князей, не от разночинцев даже, а от крепостных. И это, главным образом, и определило в послереволюционной России менталитет всей нации. Психология крепостного крестьянского мира стала господствующей [1, 2, 3].

Библиографический список

1. http://ru.wikipedia.org/wiki/Отмена_крепостного_права_в_России
2. http://ru.wikipedia.org/wiki/Выкупная_операция
3. Ардаев В. Россия: 150 лет без крепостного права / Русская служба Би-би-си (3 марта 2011)// http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2011/03/110301_serfdom_interviews.shtml

ББК 65.290

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ И ЕГО ПРЕИМУЩЕСТВА

Г.В. Сенчукова, Н.А. Матерн

Новосибирский государственный университет экономики и управления

В современных условиях хозяйствования одним из важных вопросов в деятельности организации является вопрос эффективного управления. Эффективное управление современной организацией является важным условием достижения рыночного успеха как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе и способствует укреплению позиций организации и ее развитию.

Современные организации ориентированы на успешное и быстрое развитие и для достижения этой цели все чаще используют предпринимательский стиль управления, который принимает форму предпринимательского менеджмента, или философии предпринимательства.

Предпринимательский стиль управления организацией обладает определенными отличительными особенностями и преимуществами, выделить которые возможно при сравнительной характеристике существующих стилей управления.

Рассмотрим основные стили руководства, которые выделил в своих исследованиях К. Левин: авторитарный, демократический, либеральный [4, с. 97].

Авторитарное руководство характеризуется чрезмерной централизацией власти руководителя, самовластным решением всех вопросов, касающихся деятельности организации, ограничением контактов с подчиненными. Этот стиль свойственен решительным, властным, волевым людям, жестким по отношению к окружающим. Автократ «все знает сам» и не терпит возражений. Никому не доверяет, не ставит в известность о своих намерениях; отдает деловые, краткие распоряжения; запреты часто сопровождаются угрозами. Похвала и порицание работников крайне субъективны. Эмоции подчиненных и коллег в расчет не принимаются. Дела в коллективе планируются заранее во всем их объеме, определяются лишь непосредственные цели для каждого работника. Голос руководителя является решающим, а его позиция находится вне группы. Существуют разновидности авторитарного стиля: «эксплуататорский» и «благожелательный».

«Эксплуататорский» авторитарный стиль сводится к тому, что руководитель, не доверяя подчиненным и не спрашивая их мнения и советов, единолично решает все вопросы и берет на себя ответственность за все, давая исполнителям только указания, что, как и когда делать, в качестве основной формы стимулирования использует наказание.

Сотрудники относятся к приказам руководителя безразлично или негативно, радуются любой его ошибке, находят в ней подтверждение своей правоты. В целом в результате этого в организации или подразделении формируется неблагоприятный морально-психологический климат и создается атмосфера для развития производственных конфликтов.

При более мягкой, «благожелательной» разновидности авторитарного стиля руководитель относится к подчиненным снисходительно, интересуется при принятии решений их мнением, но, несмотря на его обоснованность, может поступить по-своему. Если это делается демонстративно, психологический климат ухудшается. Данный стиль руководства предоставляет подчиненным определенную самостоятельность, пусть даже в ограниченных пределах. Мотивирование страхом здесь присутствует, но оно минимально [4, с. 98].

Демократический стиль характеризуется тем, что ответственность не концентрируется, а распределяется в соответствии с переданными полномочиями. Руководство характеризуется высокой степенью децентрализации полномочий, активным участием сотрудников в принятии решений. Создается атмосфера, при которой выполнение служебных обязанностей становится делом привлекательным, а достижение при этом успеха служит вознаграждением. Это стиль предусматривает инструкции в форме предложений, не сухую речь, а товарищеский тон, похвалу и порицание – с учетом мнения коллектива. Мероприятия в коллективе планируются. Распоряжения и запреты проводятся на основе дис-

куссий. Позиция руководителя – внутри группы, т.е. руководитель ведет себя как один из членов группы; каждый сотрудник может при нем свободно высказываться по разным вопросам. По своему складу такой руководитель рассеян, безалаберен, толком не может ставить цели, слишком мягкий по характеру, коммуникативный, но слабый организатор. При осуществлении контроля демократ обращает внимание на конечный результат. Такая обстановка создает условия для самовыражения подчиненных, у них развивается самостоятельность, что способствует восприятию достижения целей организации как своих собственных. Такое взаимодействие руководителя и подчиненных можно определить как сотрудничество.

На практике выделяют две разновидности демократического стиля, «консультативную» и «партисипативную».

В условиях «консультативной» руководитель доверяет подчиненным, консультируется с ними, стремится использовать все лучшие советы, которые предлагают подчиненные. Среди стимулирующих мер преобладает поощрение, а наказание используется в исключительных случаях. Сотрудники удовлетворены такой системой руководства, несмотря на то, что большинство решений подсказывается им сверху. Подчиненные стараются оказать своему начальнику помощь и поддержать морально в необходимых случаях.

«Партисипативная» разновидность демократического стиля руководства основана на том, что руководители полностью доверяют подчиненным во всех вопросах, всегда их выслушивают и используют все их предложения, организуют обмен всесторонней информацией, привлекают подчиненных к постановке целей и контролю за их исполнением [4, с. 100].

Обычно демократический стиль управления применяется в том случае, когда исполнители хорошо разбираются в выполняемой работе и могут внести в нее новизну и творчество [4, с. 97].

Либеральный стиль руководства формируется у людей, которые не любят брать ответственность на себя. Руководитель ставит перед исполнителями проблему, создает необходимые организационные условия для их работы, задает границы решения, а сам отходит на второй план. За собой он сохраняет функции консультанта, арбитра, эксперта, оценивающего полученные результаты.

При этом поощрение и наказание отступают на второй план по сравнению с внутренним удовлетворением, которое получают подчиненные от реализации своего потенциала и творческих возможностей. Подчиненные избавлены от постоянного контроля, «самостоятельно» принимают решения и стараются найти путь их реализации в рамках предоставленных полномочий. Они не догадываются, что руководитель все уже заранее продумал и создал для этого процесса необходимые условия, которые предопределяют конечный результат. Такая работа приносит им удовлетворение и формирует благоприятный морально-психологический климат в коллективе.

Применение этого стиля имеет все большее распространение из-за растущих масштабов научно-технической деятельности и опытно-конструкторских разработок, которые выполняются высококлассными специалистами, которые не хотят находиться под давлением и опекой. Его эффективность зависит от ре-

ального стремления подчиненных к этому, четкой формулировки руководителем задач и условий их деятельности, его справедливости в отношении оценки результатов и вознаграждения.

Но такой стиль может превратиться в бюрократический, когда руководитель совсем устраняется от дел. Он передает все управление в руки независимых руководителей, которые от его имени управляют коллективом, применяя жесткие авторитарные методы руководства. Сам же он делает вид, что власть находится в его руках, а на самом деле все больше становится зависимым от своих помощников [4, с. 103].

Авторитарный, демократический и либеральный стили управления не имеют между собой барьера и на деле плавно переходят друг в друга, образуя непрерывную цепочку. Исследования Левина основывались, прежде всего, на изучении влияния личностных качеств руководителя на выбор стиля руководства. В каждом конкретном случае между авторитарным, демократическим и либеральным стилями существует определенный баланс, и увеличение доли элементов одного из них будет приводить к уменьшению других [4, с. 108].

Согласно работам Лайкерта, можно выделить два типа руководителя: руководитель, сосредоточенный на работе, и руководитель, сосредоточенный на человеке.

Руководитель, сосредоточенный на работе (или руководитель, ориентированный на задачу), заботится о проектировании задачи и разработки системы вознаграждений для повышения производительности труда.

В противоположность первому типу руководителя Лайкерт ставит руководителя, сосредоточенного на человеке, главной заботой которого являются люди. Он сосредотачивает внимание на повышении производительности труда, используя совершенствование человеческих отношений. Данный тип руководителя позволяет работникам максимально участвовать в принятии решений, избегает опеки и устанавливает для подразделения высокий уровень производительности труда. А также помогает подчиненным решать проблемы и поощряет их профессиональный рост [4, с. 113].

Роберт Танненбаум и Уоррен Шмидт в результате исследований пришли к выводу, что менеджеры с трудом решают проблемы в рамках различных стилей управления. Прежде чем решить, какими должны быть действия – демократическими или автократическими – в разных ситуациях, руководителю необходимо рассмотреть три серии вопросов.

1. Вопросы личного характера. Руководитель должен оценивать свои собственные взгляды, наклонности, уровень доверия к себе со стороны подчиненных, степень своей решительности.

2. Вопросы, касающиеся подчиненных. Руководитель должен оценить склонность членов своего коллектива к независимости, ответственности, интересы подчиненных, уровень знаний, стремление быть вовлеченным в процесс принятия решений.

3. Вопросы, касающиеся особенностей конкретной ситуации [5, с. 30].

В зависимости от характера конкретной ситуации должны выбираться и различные способы руководства. Это означает, что руководитель должен уметь

вести себя по-разному в разных ситуациях, необходимо только правильно определить возникшую ситуацию и суметь ее использовать. При изменении ситуации меняется и стиль руководства. Речь в этом случае идет об адаптивном руководстве. А сам выбор стиля и его воплощение в определенной мере являются искусством.

При данном стиле руководства менеджер использует все методы воздействия в процессе управления. Управление формируется на основе обширных знаний, развития умений на основе личных качеств, кроме этого необходимо стремление к самообразованию и самосовершенствованию.

Задача такого руководителя заключается в том, чтобы довести до сотрудников общие и промежуточные цели и определить в связи с этим требования к их действиям и сообразно им – к поведению. Осознавая цель, человек получает тем большую мотивацию, чем больше он ее принимает и поддерживает. Чем раньше руководитель сможет вовлечь сотрудников в процесс планирования и принятия решений, тем быстрее они смогут идентифицировать свои цели с целями фирмы [5, с. 37].

Модель Фидлера явилась важным вкладом в развитие теории, так как она сосредоточила внимание на ситуации и выявила три фактора, влияющие на поведение руководителя. Этими факторами являются:

1. Отношения между руководителем и членами коллектива подразумевают лояльность, проявляемую подчиненными, их доверие к своему руководителю и привлекательность личности руководителя для исполнителей.

2. Структура задачи подразумевает привычность задачи, четкость ее формулировки и структуризации, а не расплывчатость и бесструктурность.

3. Должностные полномочия – это объем законной власти, связанной с должностью руководителя, которая позволяет ему использовать вознаграждение, а также уровень поддержки, который оказывает руководителю формальная организация. Фидлер считает, что хотя каждой ситуации и соответствует свой стиль руководства, стиль того или иного руководителя остается в целом постоянным. Фидлер исходит из предположения, что человек не может приспособить свой стиль руководства к ситуации, но предлагает помещать руководителя в такие ситуации, которые наилучшим образом подходят к стабильному стилю руководства. Это обеспечит баланс между требованиями, выдвигаемыми ситуацией, и личными качествами руководителя, а это ведет к высокой производительности и удовлетворенности [5, с. 39].

Сложившиеся социально-экономические условия и конкурентная борьба в большинстве отраслей экономики обуславливают пересмотр общей парадигмы управления организацией, что отражается в работах ученых XX века.

1996 г. Издано отдельной книгой фундаментальное исследование «Организационная теория: стратегический подход», проведенное Б. Хеджем, Уильямом Антони и Лоуренсом Галисом. Детально разработаны концепции использования организационных технологий, организационного проектирования и организационного обучения.

1997 г. Сорок шесть наиболее известных ученых в области управления, работающих во многих странах мира, по инициативе Фонда Друкера изложили

свои взгляды о путях развития организаций в XXI в. В книге «Организации будущего», изданной под редакцией Фрэнсиса Хессельбейна, Маршалла Голдсмита и Ричарда Бекхарда, дается прогноз коренных изменений в формах, построении моделей, поведении и механизмах функционирования организаций, тенденций их развития под влиянием прогресса науки, техники, образования и культуры.

В книге Сумантра Чосала и Кристофера Бартлетта «Индивидуализированная корпорация» анализируется процесс развития и повышения значимости индивидуальных компетенций в деятельности организаций, перехода от «трех S» (strategy, structure, systems) к «трем P» (purpose, process, people).

1998 г. Вышла в свет монография Уильяма Халала «Новое управление», в которой рассматриваются процессы и механизмы трансформации управления на основе использования демократических методов и рыночных отношений внутри организаций.

Опубликована книга Джея Любовица и Тома Бекмена «Организации знаний», в которой последовательно анализируются основные элементы интеллектуального капитала, обобщается практика управления процессами накопления и отбора знаний, их хранения, распространения и внедрения, инициирования и обучения персонала. В книге намечены основные блоки и контуры будущих организаций.

1999 г. Фрэнк Острофф в монографии «Горизонтальная организация» доказывает объективную необходимость перехода от вертикальных к горизонтальным структурам, раскрывает сущность и принципы работы таких организаций, их облик и связи с потребителями. Журнал «Fortune», комментируя взгляды Остроффа, назвал такую организацию «моделью корпорации на следующие 50 лет».

2000 г. Впервые основные факторы, формирующие доверие в изменяющемся мире, комплексно и взаимосвязанно раскрываются в книге Роберта Брюса Шо «Ключи к доверию в организациях». Детально исследуются пути создания, поддержания и развития духа доверия в организациях в условиях возрастающих экономических трудностей и конкуренции.

2001 г. Дэвид Джаффи, подвергнув критическому анализу распространенные концепции функционирования и развития организаций, сформулировал черты новой организационной парадигмы, базирующейся на сочетании постбюрократизации, культуры и знаний, вертикальных и горизонтальных связей, стратегических альянсов и виртуальных структур. В книге «Организационные теории: связи и изменения» он дал развернутую характеристику происходящих и предстоящих организационных изменений.

2002 г. Джон Иванцевич и Томас Дьюнинг в книге «Как управлять талантами» (буквальный перевод – «Управлять Эйнштейнами») раскрывают вновь возникшую область деятельности руководителей в информационную эру – работу с талантливыми людьми. Неоценимо значение предлагаемых авторами методов выявления, привлечения, поддержки, вознаграждения и перспективного роста людей, обладающих способностями выдвигать и претворять в жизнь но-

вые идеи в приоритетных сферах науки, техники, производства и обслуживания.

Так, авторы вышеперечисленных работ в большей степени рассматривают управленческий персонал и его предпринимательский потенциал как стратегические ресурсы развития организации, определяющие успех всей ее деятельности.

Обращение к международному опыту позволяет отнести намеченную проблему формирования системы предпринимательского управления в область общеуправленческих проблем и требует определить роль предпринимательского стиля руководства в системе управления организацией.

Под предпринимательским стилем управления организацией предлагается рассматривать средства, способы, методы, формы и принципы активизации человеческого фактора в организации нововведений, принятия и реализации управленческих воздействий, направленных на получение прибыли и удовлетворение потребностей общества. Этот стиль позволяет воспитать и подготовить руководителей и специалистов, обладающих новым экономическим сознанием, мышлением и поведением, и обеспечить их включение в разнообразную управленческую и экономическую деятельность.

Таким образом, предпринимательский стиль управления основывается на таких личностных качествах, как предприимчивость и способность организовать предпринимательскую деятельность, которые определяются возможностью реализовать потенциал организации.

При предпринимательском подходе видоизменяется сам процесс управления и методы управленческих воздействий, которые направляются на стимулирование творческого отношения к работе подчиненных. При таком подходе предпринимательские способности каждого без исключения менеджера, должны быть востребованы с целью максимизации результативности труда.

Основными преимуществами предпринимательского стиля управления современной организацией являются следующие:

1. Привитие организации (владельцам собственности, руководству) предпринимательского стиля поведения связано с далеко идущими изменениями в мотивации деятельности, организационной структуре, системе управления, уровне подготовки руководителей и специалистов как менеджеров, стиле руководства. Ориентация организации на предпринимательский стиль поведения, при котором активно внедряются изменения, значительно увеличивает шансы на успех ее деятельности даже в условиях возрастающей конкуренции.

2. Для предпринимательского поведения характерно стремление повысить потенциал прибыльности, что достигается непрерывной цепью нововведений как технологического, так и организационного характера. Предприятие предпринимательского типа определяет путь достижения целей на основе оценки возможностей получения прибыли и повышения качества управления.

3. Для предпринимательского стиля характерна способность изменять окружающую среду, что проявляется в более тщательном выборе контрагентов по бизнесу и построении взаимоотношений с ними.

4. Для предпринимательского поведения свойственно реагировать на различные способы поведения как внутри, так и вне организации, т.е. изменение поведения потребителя или конкурента на рынке воспринимается как сигнал о необходимости конкурентной, инновационной или предпринимательской реакции, а сопротивление персонала нововведениям преодолевается усилением социальной ориентации нововведений. Следовательно, окружающая среда и внутренние возможности предприятия не являются ограничениями в деятельности организации.

5. В организации с предпринимательским стилем поведения поощряются творчество и инициатива и применяются взыскания за отсутствие инициативы. В таких организациях активно реализуется внутреннее предпринимательство, возникающее в результате тенденции к децентрализации предпринимательских задач в рамках одной фирмы. Сотрудники организации несут функцию интрапренера, который иницирует и ведет свою предпринимательскую деятельность в рамках сложившегося, действующего предприятия, внутренний предприниматель, тот, кто в рамках существующего бизнеса организует новое направление деятельности, используя ресурсы компании. От интрапренера требуется нестандартное творческое и маркетинговое мышление.

6. Предпринимательское поведение характеризуется активным поиском возможностей и предвидением проблем. Ведется творческий поиск альтернатив, принятие которых вызывает необходимость больших изменений. Рассматриваются многочисленные альтернативы, из которых выбирается лучшая. Для выбора лучшей альтернативы требуется внутренняя информация о возможностях (а не о результатах) и внешняя – о глобальном объеме возможностей. Следовательно, предпринимательское поведение имеет дело с новыми, неповторяющимися проблемами и использует допущение рискованных действий и умение вдохновлять людей на восприятие изменений.

7. Предпринимательское поведение предполагает готовность идти на созидательный риск и балансировать совокупность рискованных вариантов, характеризуется стремлением к изменениям, к предвосхищению будущих опасностей и новых возможностей.

Основу предпринимательского стиля поведения организации составляет активный поиск эффективных управленческих решений по всем направлениям и формам хозяйственной деятельности. Этот стиль экономического поведения связан с постоянной трансформацией объемов, направлений, видов и форм деятельности организации на всем пути к достижению стратегических целей его экономического развития с учетом изменяющихся факторов внешней экономической среды.

Библиографический список

1. Кравченко А.И. История менеджмента: Учеб. пособие для студентов вузов / А.И. Кравченко. – М.: Академический проект (Gaudeamus), 2000. – 352 с.
2. Круглова Н.Ю. Хозяйственное право. Учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп. / Н.Ю. Круглова – М.: Изд-во РДЛ, 2001. – 912 с.
3. Международный менеджмент. Учебник для вузов / С.Э. Пивоварова [и др.] – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 624 с.
4. <http://www.inventech.ru/lib/management/> Д. Ямпольская, М. Зонис. Менеджмент
5. http://e-college.ru/xbooks/xbook057/book/index/index.html?go=part-026*page.htm Лигинчук Г.Г. Основы менеджмента. Часть 2. Учебный курс (учебно-методический комплекс).

ББК 60.56

ОБОСНОВАНИЕ НЕДОСТАТОЧНОСТИ ПРИНУЖДАЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ

С.В. Сидоров

Шадринский государственный педагогический институт

Современные инновационные процессы в России сталкиваются с рядом трудностей, среди которых исследователи выделяют противоречия между новыми формами и содержанием вводимых новшеств и устаревшими методами управления, использование которых в инновационном менеджменте не даёт желаемого результата [3]. Так, сегодня многие руководители не желают отказываться от устаревшей системы управления, основанной на принуждении, объясняя это тем, что и с ней можно добиться высоких результатов, успешно управлять инновациями в любой социальной системе.

Задача данной статьи состоит в том, чтобы оценить реальные возможности принуждающего воздействия, границы его применимости в современном инновационном менеджменте.

Принуждение понимается нами как интегративный (объединяющий несколько методов) способ влияния на личность и коллектив, сводящий к минимуму количество вариантов реагирования сотрудниками на управленческое воздействие. Одновременно минимизируется и количество вариантов управленческого воздействия и реагирования руководителя на действия подчинённых. Это предельно упрощает управление в способах воздействия на персонал, однако позволяет решать с достаточным успехом лишь наименее сложные управленческие задачи.

Принуждение является самым древним способом управления людьми, описанным ещё до нашей эры. Например, Н. Рысёв, иллюстрируя некоторые положения современного менеджмента, приводит фрагменты китайского трактата «Сыма фа», созданного свыше 2500 лет назад [2, с. 57-62]. Конечно, за тысячелетия развития человечества представления о принуждении существенно изменились, и сегодня в цивилизованном обществе не казнят за малейшую про-

винность, чтобы не допустить больших провинностей, как того требовали каноны управления в средневековом Китае. Однако основа принуждения осталась прежней: для управления людьми необходимо выполнить два вида управленческих действий: 1) предъявить подчинённым определённые требования; 2) стимулировать выполнение этих требований посредством установления жёстких связей между требованием и стимулом. Таким образом, простейшая схема управления людьми – это «требование + внешнее стимулирование».

Основными условиями успешности применения этой схемы на практике являются: а) понимание персоналом сущности требований руководства и способов их выполнения; б) действенность стимулирования (своевременность стимулирующих воздействий, соотнесенность силы и характера стимулов с предъявленными требованиями и особенностями персонала и т.д.). Следовательно, в системе принуждения должны присутствовать методы, с помощью которых руководитель может предъявлять и пояснять персоналу свои требования, а также воздействовать на деятельность подчинённых при выполнении этих требований, ориентируя их на приемлемые для него результаты.

Если представить цель, результат, процесс и мотивацию профессионально-педагогической деятельности в виде пересекающихся плоскостей (рис. 1), то принуждение пересекает эти плоскости, жёстко регламентируя цели и результаты, ограничивая для персонала пространство, в пределах которого допустима свобода действий. На рис. 1 видно, что принуждение достигается воздействиями сразу двух регламентирующе-ограничивающих плоскостей: плоскости «надо!» и плоскости «нельзя!».

Методами, наиболее ярко проявляющими свойства принуждения, являются приказание и запрещение. С помощью этих методов руководитель предъявляет свои требования подчинённым.

Приказание – требования действия. При правильном применении этот метод чётко определяет цель и пути её достижения, даёт персоналу установку на достижение определённого результата и способствует организации процесса.

Запрещение – требование бездействия. Запреты в управлении необходимы. Так, запрещению подлежат действия, заведомо неэффективные, наносящие вред здоровью самого исполнителя, потенциально опасные для окружающих и т.п. Однако количество запретов не должно быть слишком велико, они должны касаться лишь важнейших аспектов работы школы.

Хотя в основе обоих методов лежит управленческое требование, приказание и запрещение отличаются не только по направленности требования (надо – нельзя), но и по характеру оказываемого воздействия, связей с другими методами. В большинстве случаев запрет реализовать легче, чем приказ, поскольку выполнение приказа требует от сотрудника гораздо большей активности. Поэтому безусловное выполнение запретов руководитель обычно склонен рассматривать как нечто само собой разумеющееся, а невыполнение запретов – как вопиющее нарушение. Хорошее, полное выполнение приказаний, как правило, поощряется, а неполное выполнение – не всегда наказывается (могут обнаружиться объективные причины невыполнения и прочие «смягчающие обстоятельства»). Выполнение запретов поощряется достаточно редко, зато невыпол-

нение часто карается. Таким образом, приказание в большей степени связано с поощрением, а запрещение – с наказанием.

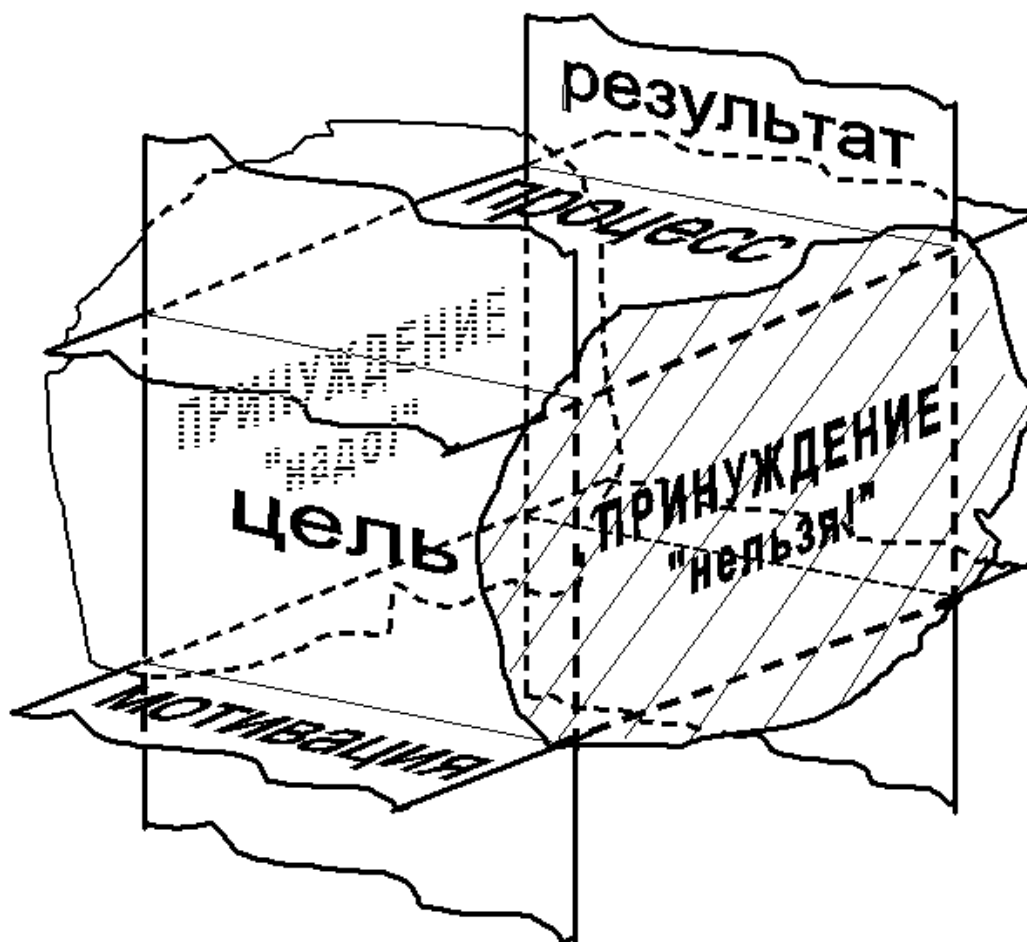


Рис. 1. Регламентирующе-ограничивающее воздействие принуждения

Приказание и запрещение образуют первичную квазисистему методов принуждения. Говорить о завершённой системе пока рано, потому что этих двух методов недостаточно для результативного управления персоналом. Даже чётко и инструктивно сформулированные приказы и запреты – это не магические заклинания, которые «сработают сами по себе». Их действенность напрямую зависит от того, насколько менеджером обеспечивается стимулирование их выполнения, насколько успешно ранее реализовывались приказы и запреты, какие ориентиры результата видит перед собой персонал. Таким образом, приказание и запрещение, неся в себе явные признаки принуждения, тем не менее, сами принуждения ещё не обеспечивают и нуждаются в дополнительных методах.

Выполнение приказаний и запрещений в системе принуждения обеспечивается методами, в основе которых лежит древнейший метод управления – метод «кнута и пряника». «Кнутом» в широком смысле является наказание, а «пряником» – вознаграждение. Вознаграждение и наказание изначально не содержат принуждения, характер их воздействия зависит от того, в сочетании с какими методами они применяются, с помощью каких приёмов и средств реа-

лизуются на практике. Однако их наличие в арсенале принуждения даёт персоналу чёткие ориентиры результата: блестящее выполнение приказа или запрета соотносится с вознаграждением, невыполнение – с наказанием, а удовлетворительное выполнение находится где-то между ними. Таким образом, вознаграждение и наказание напрямую связаны с приказанием и запрещением. Система принуждения не сможет функционировать без периодических вознаграждений и наказаний. Следовательно, вознаграждение и наказание также логично включить в данную систему.

Вознаграждение как метод управления персоналом не только отмечает хорошее качество достигнутых результатов, но и (что гораздо более важно) нацеливает подчинённых на новые успехи. Вознаграждение, полученное сотрудником за высокие результаты работы, становится стимулом не только для него самого, но и для его коллег.

Основные формы вознаграждения: материальное и моральное. К материальному вознаграждению относятся повышение зарплаты, разовые надбавки (премии), ценные призы и подарки и т.п. Моральное вознаграждение отличается большим разнообразием, а его ценность более субъективна. К моральному вознаграждению можно отнести публичное признание успеха, благодарность, поощрительную запись в личном деле и трудовой книжке сотрудника, награждение Почётной грамотой, выдвижение на награждение грамотами и почётными званиями регионального и федерального уровня, повышение по службе, перевод на более интересный и престижный участок работы, предоставление льгот и привилегий (например, смягчение контроля, содействие в повышении квалификационной категории) и т.д.

Наказание по отношению к вознаграждению можно рассматривать как прямо противоположный метод. Наказание так же, как и вознаграждение, может быть материальным и моральным. Основные меры материального наказания – это штраф и лишение возможностей повышенного заработка. К моральному наказанию относятся публичное порицание, предупреждение, выговор, отстранение от выполнения интересного и престижного дела и перевод на другую должность, служебное понижение, лишение льгот и привилегий (например, ужесточение контроля в отношении определённого сотрудника) и т.д. Весьма жёсткой формой наказания является публичное выражение недоверия.

Сравнивая влияние наказания и вознаграждения на личность, психологи утверждают, что метод наказания менее предпочтителен, поскольку может давать много негативных последствий, и эти последствия проявляются очень скоро. Наказания ухудшают социально-психологический климат в коллективе, провоцируют конфликты. Они нарушают психологическое равновесие и снижают самооценку сотрудников, порождают страх перед возможностью ошибки. Они плохо обучают, поскольку учат в первую очередь избегать наказания, а не стремиться к успехам. Наконец, наказания не способствуют улучшению результатов работы. В то же время полный отказ от наказаний невозможен, поскольку это разрушит систему принуждения.

Вознаграждение и наказание дают возможность использовать в управлении разнообразные стимулы, подкрепляя, таким образом, приказание и запрещение. Однако они позволяют оценивать лишь результаты деятельности, поэтому их стимулирующее воздействие может оказаться запоздалым по отношению к тому приказанию / запрещению, выполнение которого оценивается. Таким образом, вознаграждение и наказание стимулируют не уже осуществлённую, а последующую деятельность.

При использовании для стимулирования только вознаграждения и наказания возникает неразрешимая проблема. С одной стороны, невозможно вознаграждать или наказывать сотрудников слишком часто (например, не каждый день и не каждую неделю педагогу удаётся получить такие результаты, которые можно было бы однозначно оценить как хорошие или как плохие), а с другой – слишком большая отсроченность стимулирования приведёт к снижению мотивации. Поэтому совокупность вышеописанных четырёх методов также не является структурно завершённой системой принуждения. Для завершения она требует дополнительных методов стимулирования персонала и оценивания его деятельности, причём оценивания не только по конечным, но и по промежуточным результатам, не только по абсолютным (на основании общих критериев), но и по личным достижениям (в сравнении с предыдущими показателями данного сотрудника).

Продолжим поиск недостающих методов для системы принуждения, вновь приняв за основу «кнут и пряник».

Кнутом можно ударить провинившегося, а можно лишь «прищёлкнуть», замахнуться или показать кнут, как напоминание о возможном наказании. Аналогичные действия можно произвести и с пряником. Следовательно, наряду с основными методами принуждения (приказание, запрещение, вознаграждение и наказание) можно выделить производные методы, позволяющие сделать принуждение более гибким.

На рис. 2 производные методы принуждения показаны как проекции основных методов на плоскости процесса и мотивации. Проекция методов приказа и вознаграждения на плоскость «процесс» даёт метод одобрения, а на плоскость «мотивация» – метод обещания вознаграждения. Проекция методов запрещения и наказания на плоскость «процесс» даёт метод прекращения, на плоскость «мотивация» – метод предостережения.

Одобрение – это подтверждение руководителем правильности действий сотрудников. Суть одобрения прекрасно передаёт фраза, ставшая крылатой в СССР именно в ту эпоху, которая у нас ассоциируется с принуждением: «Верной дорогой идёте, товарищи!» Одобрение руководителя может касаться форм и способов исполнения приказа, промежуточных результатов деятельности персонала либо конечного результата, если он свидетельствует о выполнении приказа / запрещения, но не является, по мнению руководителя, очень хорошим (заслуживающим вознаграждения) или очень слабым (заслуживающим наказания).

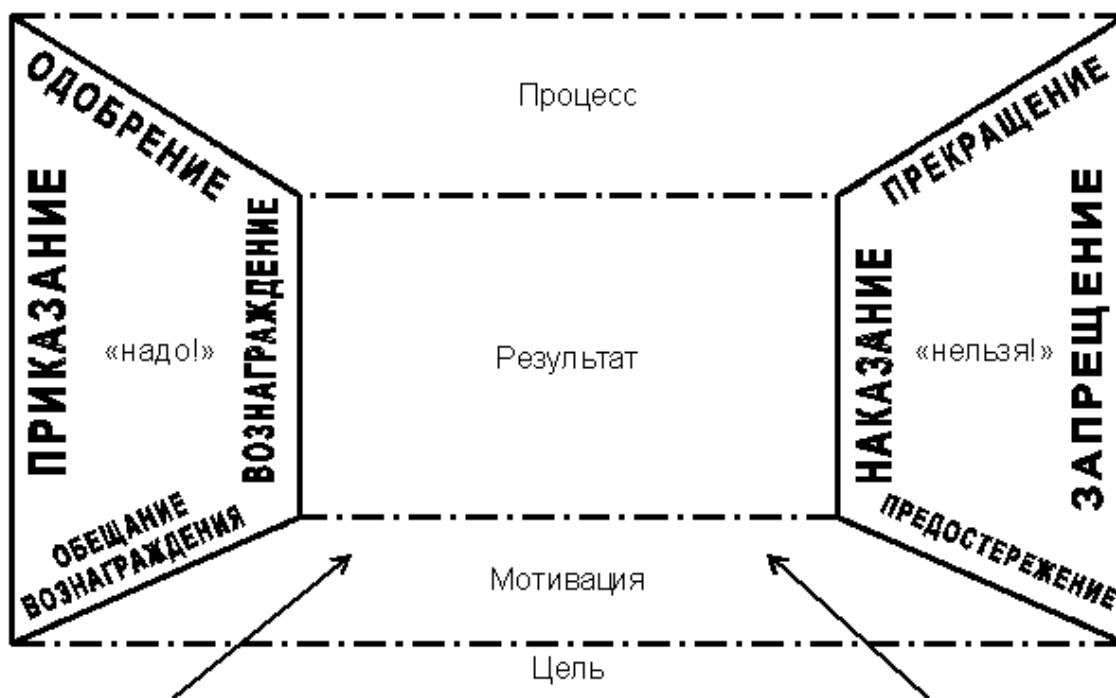


Рис. 2. «Стимульный коридор» в системе принуждения

Одобрение несёт позитивную оценку деятельности персоналу, являясь в системе принуждения единственным методом, с помощью которого менеджер может прямо поддержать проявленную сотрудниками инициативу. Вместе с тем, одобрение фактически означает требование продолжить деятельность или усилить те аспекты деятельности, которые одобрены. Таким образом, одобрение оказывает в целом принуждающее воздействие на персонал.

Обещание вознаграждения даёт персоналу установку на достижение успеха в выполнении предъявленного требования. Данный метод может реализовываться как обещание вознаградить в случае выполнения, как напоминание об обещанном в случае успеха вознаграждении, а также как объяснение меры вознаграждения и её зависимости от достигнутых результатов. Выделяя обещание вознаграждения в качестве особого метода, отличного от собственно вознаграждения, мы исходим из того, что они организуются менеджером и воздействуют на сотрудников совершенно по-разному:

- обещание вознаграждения больше связано с целью (с реализацией мотивационно-целевой функции управления), а вознаграждение – с результатом (с контролем и оцениванием уже совершённой деятельности);
- обещание вознаграждения предполагает выполнение персоналом на пути к желаемому вознаграждению определённых условий, в то время как самого вознаграждения может и не последовать, если эти условия не выполнены;
- вознаграждение может быть неожиданным, не обещанным заранее (ранее мы выяснили, что непредсказуемость зачастую повышает эффект вознаграждения), в то время как при обещании вознаграждения оно ожидается заранее, и его отсутствие может служить своеобразной формой наказания;

- обещание вознаграждения принуждает к исполнению требования, а вознаграждение – побуждает к новой деятельности, которая может выводить сотрудника за пределы «стимульного коридора».

Прекращение – метод, посредством которого отменяется нечто такое, что признано руководителем нежелательным. Отменяться могут способы исполнения, способы взаимодействия и полномочия сотрудников, предыдущие приказания и запрещения. Прекращение необходимо для корректирования процесса, для исправления или предупреждения ошибок персонала или руководителя. Прекращение не обязательно раз и навсегда отменяет что-либо. Оно может иметь и временный (приостанавливающий) характер, например:

- если сотрудник слишком отвлекся от первоочередной задачи на решение второстепенных задач, которые целесообразней решить потом;

- если система в целом пока не готова поддержать полезную инициативу отдельных сотрудников («к этому необходимо вернуться в будущем, теперь же это принесёт в систему дополнительные элементы нестабильности без каких-либо гарантий успеха»);

- если руководитель в данный момент не может однозначно оценить характер и последствия возникшего отклонения (решает «перестраховаться»).

Метод *предостережения* содержит предупреждение о возможных ошибках и нежелательных для сотрудника последствиях его ошибок. Предостережение также может содержать различные формы прямой и завуалированной угрозы, обещание наказать в случае невыполнения приказа или запрета, напоминание о возможном наказании, а также объяснение меры наказания. Источником угрозы, которая может содержаться в предостережении, не обязательно является сам руководитель, это могут быть вышестоящие инстанции, общественное мнение трудового коллектива и др.

Итак, система принуждения, как мы её видим, включает восемь методов, два из которых (приказание и запрещение) обладают хорошо выраженным системообразующим признаком, два (вознаграждение и наказание) приобретают этот признак лишь внутри данной системы, а остальные четыре формируются в самой системе в результате синтеза свойств уже имеющихся методов.

Для управления персоналом в менеджменте применяется и принуждение, и побуждение, и убеждение. Однако на практике в решении некоторой стратегической задачи менеджер нередко отдаёт предпочтение каким-то определённым методам, используя их чаще других и решая с их помощью большинство тактических задач. В этом случае используемая стратегия управления персоналом приобретает черты, обусловленные интегративными свойствами доминирующих методов.

Стратегия может варьироваться в зависимости от характера стратегической задачи и особенностей персонала. Так, в управлении разными категориями сотрудников опытный менеджер может применять разные стратегии, при этом будут отличаться и стратегические задачи, решаемые с помощью каждой из этих стратегий. Множественность стратегий управления является важным условием его гибкости и адаптивности, что, в свою очередь, положительно сказывается на результатах деятельности персонала.

При доминировании принуждающего воздействия в управлении персоналом формируется *стратегия принуждения*, обладающая следующими характерными признаками:

- подчинённые находятся в «стимульном коридоре», а руководитель – за его пределами;
- цель персоналу задаётся с помощью приказаний и запрещений;
- мотивация создаётся обещаниями вознаграждения и предостережениями (часто – банальными посулами и угрозами);
- процесс регулируется посредством одобрения или прекращения деятельности подчинённых;
- достигнутые результаты оцениваются вознаграждением или наказанием персонала; главным критерием выбора вознаграждений либо наказаний при таком стимулировании становятся правильность и достаточность выполнения приказа / запрещения.

Стратегия принуждения может быть весьма эффективна, если целью менеджмента является стабильное функционирование. Главными условиями её эффективности выступают высокий авторитет руководителя среди подчинённых, достаточная гибкость управления, которая достигается благодаря использованию всего комплекса методов принуждения, и чёткость границ образуемого этими методами «стимульного коридора».

Эффективность этой стратегии сильно снижается в режиме инновационного развития. Чёткое определение границ «коридора» затрудняется тем, что в управлении инновационной деятельностью с помощью методов, имеющихся в арсенале принуждения, зачастую невозможно чётко сформулировать цель, а также критерии и показатели результата (гибкость принуждения для этого оказывается недостаточной). В этом случае успех стратегии принуждения в большей степени определяется наличием руководителя, являющегося инициатором и вдохновителем всех нововведений, берущего на себя ответственность за результаты инновационной деятельности и обладающего высоким авторитетом среди подчинённых. Иначе говоря, возможности развития социальной системы при таком управлении ограничены инновационным потенциалом менеджера.

Стратегия принуждения не исключает индивидуального подхода и дифференциации управленческих воздействий на персонал. Различные «стимульные коридоры» могут создаваться для решения отдельных управленческих и педагогических задач, причём не только для всего трудового коллектива, но и для разных групп и категорий персонала, для каждого отдельного работника. Однако отличия этих «коридоров» будут проявляться не в методах управления, а в содержании приказов / запретов, в мерах вознаграждения / наказания, в протяжённости (времени, отводимом на достижение результата) и в степени допустимой свободы отклонения от оптимального маршрута (в расстоянии между стенами «надо!» и «нельзя!»).

Множество «стимульных коридоров» предполагает множество субъектов управления (один менеджер не сможет одновременно контролировать несколько «коридоров»). Это ведёт к множественности интерпретаций целей деятельности и критериев исполнения (каждый менеджер вносит в них элементы субъек-

етивности), к утрате единства требований к персоналу. Чем больше управляемая система, тем больше «стимульных коридоров» приходится создавать, причём одни и те же сотрудники зачастую вынуждены пребывать сразу в нескольких «коридорах» или являться одновременно руководителями одного «коридора» и подчинёнными в другом. В результате система управления становится громоздкой и запутанной (многочисленные «коридоры» образуют «лабиринт»), значительная часть её усилий затрачивается на поддержание самой себя, всё больше времени и усилий требуется на поиск и обработку необходимой информации, ресурсов для развития остаётся всё меньше. Таким образом, хотя стратегия принуждения и позволяет успешно решать отдельные задачи управления инновациями, в целом для инновационного менеджмента она является малоэффективной.

Ещё одним недостатком стратегии принуждения является то, что она может негативно сказываться на достижениях персонала. Если сотрудник на работе длительное время решает одни и те же задачи и добивается одинаковых результатов, то плоскости «цель» и «результат» для него также становятся «стенами», а «коридор» превращается в «клетку», из которой нет выхода. Из дня в день, из года в год воображаемая клетка ограничивает самопроявление личности, постепенно притупляя воображение и способность к творчеству, к восприятию нового, к любым другим идеям и способам деятельности, которые лежат за пределами привычного пространства.

Более предпочтителен путь, при котором за каждым достигнутым результатом возникают новые цели: коридор постоянно удлиняется, обеспечивая развитие педагога и его профессиональной деятельности. Однако он всё равно остаётся коридором, ограниченным стенами «надо!» и «нельзя!». По такому коридору можно идти очень долго, решая одну проблему за другой, а потом с разочарованием узнать, что сравнительно простое решение всех этих проблем находилось рядом за воображаемой стеной.

Причина вышеперечисленных недостатков стратегии принуждения кроется в том, что она строится на минимальном количестве методов, что приводит к чрезмерному усложнению структуры управления и обедняет взаимоотношения между руководителем и подчинёнными. Принуждение не позволяет использовать всё разнообразие средств и факторов мотивации персонала (перечисляемых, например, Ю.Н. Аксененко, В.Н. Каспаряном и др. [1, с. 344]), не поощряет инициативу и творчество сотрудников, не формирует у них ценностных отношений к педагогическим новшествам.

Факторы мотивации в действительности намного разнообразней, чем это может быть учтено в «стимульном коридоре». Кроме того, принуждение активирует ряд негативных факторов мотивации и подавляет положительные факторы. Так, методы принуждения не способствуют эффективному информированию персонала, в то же время неясность целей и низкая информированность являются факторами, снижающими мотивацию сотрудников. Самостоятельность является одним из важных факторов мотивации, однако именно самостоятельность подчинённых при стратегии принуждения является излишней и может целенаправленно подавляться руководителем.

Изучение структуры принуждающего воздействия приводит к следующим выводам:

1) принуждение можно рассматривать как базовую систему управленческих воздействий на людей, отвечающую минимальным требованиям к управлению персоналом;

2) для полноценного инновационного менеджмента принуждение обязательно должно дополняться побуждением и убеждением, поскольку это позволит наиболее полно использовать факторы положительной мотивации и формировать в коллективе новые ценности, соответствующие целям и задачам осуществляемого инновационного процесса.

Библиографический список

1. Аксененко Ю.Н. Социология и психология управления : учеб. пособие для студ. вузов // Ю.Н. Аксененко, В.Н. Каспарян и др. – Ростов н/Д. : Феникс, 2001. – 512 с.

2. Рысёв Н. Правильные управленческие решения. Поиск и принятие. – СПб. : Питер, 2004. – 384 с.

3. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: учебник для вузов: 5-е издание. – СПб. : Питер, 2005. – 448 с.

ББК 65.29

РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ В РАМКАХ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ПОДХОДА

Е.В. Чернышева

Филиал Алтайского государственного университета, г. Славгород

Не так давно организационную культуру стали рассматривать в рамках эмоционального подхода. Общественные науки заинтересовались и плотно занялись эмоциональными сторонами личности и поведения, которые ранее считались не поддающимися идентификации, измерению и полному пониманию. Сейчас их все более признают решающими факторами эффективного функционирования в управлении. Хорошие взаимоотношения и сотрудничество являются ключом к успеху в каждой области человеческой деятельности, в том числе и в экономике.

Казалось бы, эмоции и экономическая наука – понятия несовместимые. Понятие экономического человека (*homo economicus*), выдвинуто неоклассической теорией еще в XIX в., трактовалось, как расчетливый, бесчувственный человек, ищущий собственные выгоды – образ, созданный и господствующий по сей день. Тем не менее, считать данный образ единственным объектом экономического анализа было бы большим заблуждением. Неоклассическая экономическая теория – это лишь одна из исследовательских парадигм, базирующаяся при всей своей прогнозной привлекательности на довольно условных предпосылках о характере поведения экономического человека, об их представлениях, стимулах и мотивациях. Большое число теорий, существующих на сего-

дняшний день, позволяет в известной степени приблизиться к пониманию и осмыслению человеческой природы, побуждающей к различным классам действий или, напротив, данным действиям препятствующей. Отдельно следует выделить поведенческую экономику – исследовательскую программу, которая не делает каких-либо предпосылок в отношении исследуемого объекта, помещая человека со всеми его слабостями и предрассудками в центр анализа.

Связь эмоций и экономики прослеживалась еще в трудах представителей классической экономической школы. Адам Смит (1723-1790), один из основоположников этой школы, в работе «Теория нравственных чувств» (1759) исследовал эгоистическую природу человеческого поведения, в частности, делая акцент на чувстве симпатии, возникающем в нас в связи с приятием поведения других людей. В его работе обсуждается также степень проявления различных страстей, связанных с физиологическим состоянием или основанных на какой-либо привычке нашего воображения.

Незадолго до А. Смита Бернард Мандевиль (1660-1733), еще один представитель классической экономической школы, в своей работе «Ропщущий улей, или Мошенники, ставшие честными» (1705) писал о том, что гордыня, стяжательство, эгоизм, а также другие черты поведения людей, традиционно относимые в разряд пороков, приводят экономику в движение [5, с. 45].

О специфике мотивов человеческого поведения и об эмоциях, им сопутствующих, говорили и более поздние авторы, среди которых Джон Мейнард Кейнс (1883-1946), основоположник кейнсианской макроэкономической школы. Рассуждая о принятии решений об инвестициях, Дж. Кейнс считал основным фактором предельной эффективности капитала «спонтанный оптимизм», «жизнерадостность» (*animal spirit*) предпринимателей, принимающих решения в условиях риска и неопределенности и, по мнению Дж. Кейнса, не склонных руководствоваться какими-либо оптимизационными расчетами и прогнозами. «Спонтанно возникающая решимость действовать» характеризует в данном случае один из наиболее важных экономических процессов – инвестиционное поведение – и может обуславливать его непостоянство и непредсказуемость в динамике [5, с. 47].

Одним из первых дал определение эмоциональной культуры Якобсон П.М. По его мнению, эмоциональная культура есть комплекс явлений, представляющих собой в значительной мере развитие и совершенствование тех качеств эмоциональной жизни, которые в ограниченном виде проявлялись на более ранней возрастной ступени.

Одно из самых значительных продвижений в изучении эмоциональной культуры произошло в 1980 г., когда психолог д-р Реувен Бар-Он начал свою работу в этой области. Его заинтересовал ряд основных вопросов. Почему одни люди эмоционально более благополучны, чем другие? Почему некоторые люди более других способны достичь успеха в жизни? И – что наиболее важно – почему одни, наделенные высочайшими интеллектуальными способностями, терпят в жизни неудачи, в то время как другие, более скромно одаренные, преуспевают? [6, с. 89].

Мы предлагаем определение эмоциональной культуры, сформулированное с учетом имеющихся точек зрения.

Эмоциональная культура понимается как целостное динамическое личностное образование, имеющее собственную структуру, представленное системой знаний о развитии эмоций, умений и способов анализа эмоций, управления ими, направленных на адекватность реагирования, что способствует вербализации эмоций человека, его эмоциональной открытости, эмоциональной эмпатии и оказания эмоциональной поддержки окружающим.

Таким образом, эмоциональная культура – область деятельности, регулируемая общепринятыми нормами выражения эмоций, которая оказывает влияние на развитие личности.

Высокий уровень эмоциональной культуры обеспечивается целостным формированием следующих компонентов: социокультурный, поведенческий, собственно эмоциональный, мотивационный, этико-нравственный, которые находят выражение в следующих структурных элементах:

- 1) опора на собственные нравственные принципы при выборе эмоций;
- 2) соответствие эмоций требованиям, предъявляемым по отношению к себе;
- 3) соответствие эмоционального реагирования возрастным особенностям;
- 4) адекватность эмоциональной реакции социокультурным нормам;
- 5) осознанность эмоционального реагирования [1, с. 69].

Эмоциональная культура тесно связана с понятием «эмоциональный интеллект», которое впервые стали употреблять Питер Сэловей и Джон Мейер в 1990 году [4, с. 15].

Эмоциональный интеллект (EQ) – способность человека управлять самим собой и другими людьми. Самосознание, контроль импульсивности, уверенность, самомотивация, оптимизм, коммуникативные навыки, умение эффективно выстраивать взаимоотношения с другими людьми [4, с. 17].

Общий интеллект (IQ) – система познавательных способностей: ощущения, восприятие, память, мышление и др., все умственные умения и знания [4, с. 17].

Эмоциональный интеллект в научных психологических концепциях определяется как совокупность интеллектуальных способностей к пониманию эмоциональных состояний и управлению ими. В отличие от абстрактного и конкретного интеллекта, которые отражают закономерности внешнего мира, эмоциональный интеллект отражает внутренний мир и его связи с поведением личности и взаимодействием с реальностью [2, с. 45].

Если обобщить имеющиеся точки зрения исследователей, то составляющие эмоционального интеллекта следующие:

- способность понимать отношения личности, воспроизводимые в эмоциях, и управлять эмоциональной сферой на основе интеллектуального синтеза и анализа;

- сложившиеся у человека устойчивые способы эмоциональной регуляции деятельности, проявляющиеся как в общении, так и в познавательной деятель-

ности и влияющие на успешность его приспособления к среде, или способы творческого её изменения;

- способность распознавать собственные эмоции, владеть ими, распознавать эмоции других людей, выражать свои эмоции в общении с другими людьми и мотивировать себя;

- совокупность программ – “регуляторов” и “мотиваторов” деятельности и общения, отвечающих за понимание себя и других людей, саморегуляцию и социальное поведение личности.

Взаимосвязь эмоциональной культуры и эмоционального интеллекта может быть наиболее полно реализована в эмоциональной среде.

Под эмоциональной средой мы понимаем организацию ситуаций социально сопровождения, способствующих максимальному проявлению определенного качества, свойства личности, адекватной реакции на происходящее, основанной на самопознании и самоконтроле. Находясь в эмоциональной среде, личность реализует себя, проявляя те или иные эмоции, воздействует на другого (или других) участника этих отношений, тем самым либо создавая среду, либо преобразовывая ее [3, с. 37].

Эмоция может быть подавлена, если человек внешне остается спокойным. Проблема заключается в том, что любая эмоция даже в случае торможения ее произвольных компонентов обязательно распространится на деятельность внутренних органов, не поддающихся произвольному контролю. Предотвратить последствия негативных эмоциональных состояний помогает положительная эмоция. В этих условиях большое значение приобретает умение управлять эмоциями, которое заключается не в умении подавлять определенные (внешние) компоненты эмоций или в разрядке уже возникшей эмоции. Умение управлять эмоциями заключается в том, чтобы эта эмоция в определенной обстановке не возникла вообще.

Анализ психологической литературы подтверждает существование двух основных способов управления эмоциями: контроль интенсивности эмоций и управление их экстенсивной составляющей – эмоциогенными ситуациями.

Процесс воспитания эмоциональной культуры рассматривается нами как динамический процесс, который предполагает реализацию системы определенных средств. В качестве основных мы предлагаем следующие: эмоциональная рефлексия и эмоциональное стимулирование. Эмоциональная рефлексия понимается нами как способность к самонаблюдению, самоанализу процесса возникновения эмоций и способа эмоционального реагирования. Это особый принцип мышления, направленный на осознание восприятия собственных проявлений эмоций, которые при этом выступают как средство самовыражения и самореализации. Эмоциональный стимул – стимул, который в наибольшей мере воздействует на эмоциональную сферу человека, вызывая у него ответные чувства: эмоциональный отклик, сопереживание и, как наивысший результат, формирование общественно ценного и личностно значимого набора поведения. Высшим проявлением эмоциональной культуры является эмоциональная зрелость, которая предполагает наличие чувства ответственности за свои переживания перед собой, а тем самым и перед людьми.

Эмоциональная среда организации – это эмоции и эмоциональные отношения, которые возникают у людей в процессе работы в организации. Эмоции и эмоциональные отношения имеют энергетическое, ценностное, информационное и мотивирующее значения, поэтому их можно рассматривать как ресурсы. Для того, чтобы эти ресурсы работали, необходимо управлять ими [1, с. 89].

Эмоциональный менеджмент – управление эмоциональными ресурсами организации с целью повышения ее эффективности.

Энергетический ресурс эмоций.

Эмоции и эмоциональные отношения дают энергию, причем характеристика этой энергии различна – в зависимости от характера эмоций. Например, радость дает энергию, но отнюдь не обязательно энергию действия. Последние исследования показали, что радость в первую очередь дает энергию общения. Тревога и страх в одних случаях дают энергию (возможно, энергию бегства), а в других случаях отнимают ее. Энергия одних эмоций может быть использована организацией, энергия других должна быть нейтрализована или преобразована.

Ценностный ресурс эмоций.

Эмоции и эмоциональные отношения представляют для людей определенную ценность, они обладают валентностью. Люди ценят некоторые свои эмоции, а от некоторых хотели бы избавиться. Те эмоции, которые представляют положительную ценность, людям хочется сохранить. То, что служит источником ценных эмоций, тоже кажется ценным. Если организация является источником ценных эмоций, то ее ценность также повышается.

Информационный ресурс эмоций.

Эмоции несут в себе определенную информацию. Например, тревога и неуверенность свидетельствуют о недостаточности коммуникаций, а обида и унижение – об ошибках распределенного лидерства. Взаимная неприязнь – признак неправильной организации взаимодействия.

Мотивационный ресурс эмоций.

Эмоции и мотив – термины, имеющие общее происхождение. Оба слова происходят от латинского «*motere*» – «двигать». Эмоции дают направление, являются важнейшими мотивами деятельности или бездействия. Мотивационный ресурс эмоций также должен регулироваться и использоваться организацией.

Менеджмент может регулировать и использовать энергию, ценность, информативность и мотивирующий потенциал эмоций для повышения эффективности организации и повышения надежности работы. Это и называется эмоциональным менеджментом.

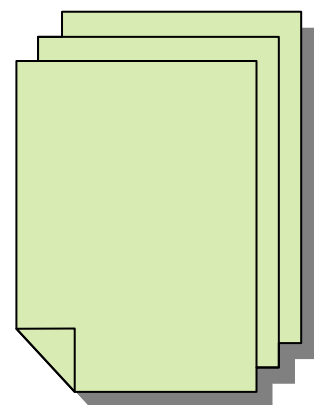
Таким образом, рассмотрение организационной культуры в рамках эмоционального подхода является актуальным направлением в экономике, которое способствует осуществлению эффективного управления предприятием.

Библиографический список

1. Бреслав Г.М. Психология эмоций. – 2-е изд., стер. – М.: Смысл: Издательский центр «Академия», 2006. – 345 с.
2. Изард К.Э. Психология эмоций. Перев. с англ. – СПб.: Издательство «Питер», 1999. – 422 с.
3. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. – СПб.: Питер, 2001. – 365 с.
4. Стивен С., Говард Б. Преимущества EQ: Эмоциональная культура и ваш успех. Издательство: Stoddart Publishing Co. Limited, 2000. – 675 с.
5. Экономика (Учебник) Под ред. Булатова А.С. 3-е изд. – М.: Смысл: Издательский центр «Академия», 2002. – 896 с.
6. Экономика труда (социально-трудовые отношения) / Под ред. Н.А. Волгина, Ю.Г. Одегова. – М.: ЭКЗАМЕН, 2002. – 736 с.

СЕКЦИЯ 2

**РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ
ЭКОНОМИКА**



СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Н.П. Балдина

*Институт экономики и организации
промышленного производства СО РАН, г. Новосибирск*

Конкурентоспособность является комплексной характеристикой рыночного положения предприятия. Термин «конкурентоспособность» имеет весьма широкое использование, однако не существует единого понимания того, что стоит за понятием «конкурентоспособность», а главное, как её можно оценить.

Современный экономический словарь [1] определяет конкурентоспособность товаропроизводителей, фирм, компаний как способность производителей и продавцов товаров конкурировать со своими соперниками, поставляющими на те же рынки аналогичные товары или стремящимися проникнуть на рынки.

В настоящее время исследователями ведется поиск различных индикаторов определения конкурентоспособности компании. Необходимо находить инструменты, с помощью которых можно оценивать конкурентоспособность предприятия. Так как получение сравнимой и достоверной информации о предприятии в России все еще проблематично, представляется разумным использовать достаточно простые инструменты, которые позволяют получить представление об эффективности работы предприятия, его конкурентоспособности.

Многие современные модели оценки конкурентоспособности оценку финансового состояния включают как один из индикаторов конкурентоспособности фирмы. Недостатком данного подхода является то, что необходимо рассчитывать несколько показателей и для сравнения с другими предприятиями приводить их к единому знаменателю, используя при этом субъективную оценку. Поэтому чаще всего для оценки эффективности используется такой показатель, как рентабельность, ибо в конечном итоге именно в ней должны выразиться результаты трансформации.

Еще одним показателем конкурентоспособности компании можно считать показатель стоимости компании. Для собственников стоимость компании является единственным критерием оценки его финансового благополучия, который дает комплексное представление об эффективности управления бизнесом. Объем продаж, прибыль, себестоимость, финансовые показатели являются как бы промежуточными характеристиками отдельных экономических аспектов деятельности предприятия [2]. Но и этот показатель могут использовать лишь крупные компании, акции которых вращаются на фондовом рынке.

В рамках данной работы мы рассматриваем конкурентоспособность фирмы как внутреннюю характеристику субъекта, поэтому для настоящего исследования более подходит определение конкурентоспособности, предложенное в работе [3], где под конкурентоспособностью понимается способность создавать *возрастающий объем добавленной стоимости на основе повышения эффек-*

тивности использования факторов производства, обеспечения инвестиционной привлекательности бизнеса и освоения новых рынков. Исходя из такого определения, наиболее общими показателями конкурентоспособности компаний могут быть объем и динамика добавленной стоимости в расчете на одного занятого, доля добавленной стоимости в выручке продукции, величина добавленной стоимости, приходящаяся на один рубль заработной платы.

В настоящей статье *добавленная стоимость* рассчитывается как вновь созданная в процессе производства стоимость, включающая сумму затрат на заработную плату, отчисления на амортизацию и величину чистой прибыли.

Для исследования выбрана металлургическая отрасль, где после периода сверхприбылей и высоких цен на сталь в 2003-2004 годах наступил период некоторого ухудшения конъюнктуры рынка. Но уже в 2006 г. большинство российских металлургических компаний вышли на максимальный выпуск продукции и наибольшую рентабельность. Такая тенденция продолжилась и в 2007 г. в России. Итог этого периода – прирост финансовых показателей и усиление процесса консолидации стальных компаний мира, увеличение конкурентоспособности.

Однако 2007 г. стал и годом начала тревог для мировой черной металлургии, хотя производство стали снизилось только в одном металлургическом регионе мира – в США. Спад составил 1,4% [4]. Все тенденции в стальной статистике мира задает Китай, обеспечивающий 36% мирового производства.

В 2008 г. обозначилась рецессия производства в США, и этот спад и финансовый кризис сильно затронули другие страны и регионы. Обострилась конкуренция в части сбыта стальной продукции в мире. Ипотечно-финансовый кризис, порожденный США, разросся до таких масштабов, что охватил практически все регионы мира, добравшись до реальных отраслей мировой экономики. Одной из наиболее пострадавших отраслей оказалась металлургия.

2009 г. в металлургии всего мира начинался на самом дне кризиса – полном (в разы) обвале спроса на продукцию (рис. 1).

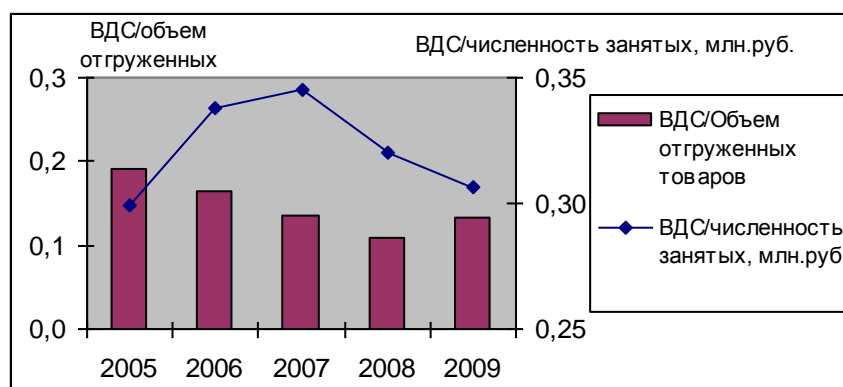


Рис. 1. Динамика среднеотраслевой величины отдельных показателей в металлургическом производстве

Ист. инф.: Россия в цифрах. 2010: Стат.сб./Росстат. - М., 2010.

Среднеотраслевая величина доли добавленной стоимости в объеме отгруженных товаров в металлургическом производстве постоянно снижалась с 2005 г. Экономический кризис заставил компании отрасли задуматься о сокращении издержек – провести сокращение численности занятых в производстве и заработной платы, что привело к росту доли валовой добавленной стоимости металлургического производства в объеме отгруженных товаров в 2009 г. и повышению конкурентоспособности отрасли.

Среднеотраслевая величина добавленной стоимости в расчете на одного занятого в металлургическом производстве начала снижаться в кризисном 2008 г. Несмотря на то, что в 2009 г. произошло сокращение численности занятых на 11%, снижение величины добавленной стоимости в металлургическом производстве составило 14%. Таким образом, рассматриваемый показатель продолжил снижение.

Однако усредненные показатели отрасли не позволяют оценить перспективы повышения конкурентоспособности российских предприятий. Для этого необходимы эмпирические исследования на микроуровне.

Именно этот сложный период 2006-2009 гг. и охватывает настоящее исследование, для которого были выбраны десять российских металлургических компаний. Выбор предприятий определялся лишь одним соображением – доступностью финансовой информации, представленной на сайтах компаний.

Информационную основу исследования составили информационные и справочные материалы, отражающие результаты хозяйственной деятельности металлургических предприятий, данные бухгалтерской и финансовой отчетности российских металлургических компаний, представленные в электронной сети Интернет за 2006-2009 годы.

В работе оцениваются изменение конкурентных позиций российских металлургических предприятий в момент экономического спада, вызванного кризисом, с помощью индикатора *доля добавленной стоимости в выручке предприятия*.

Основными задачами, решаемыми при оценке конкурентоспособности организации, являются определение уровня конкурентоспособности и выявление тенденций и закономерностей в изменении конкурентоспособности за исследуемый период.

В работе [5] на примере группы новосибирских промышленных предприятий была осуществлена эмпирическая проверка работоспособности индикатора *доля добавленной стоимости в выручке предприятия* и показано, что использование этого показателя позволяет адекватно оценивать конкурентоспособность предприятий. Такой индикатор не подвержен субъективным оценкам и влиянию эффекта масштаба, более устойчив, чем традиционные финансовые показатели, имеет прозрачный экономический смысл и рассчитывается по данным обязательной отчетности, поэтому его можно рекомендовать к использованию вместо или наряду с другими индикаторами для оценки уровня и динамики конкурентоспособности фирмы.

Изменения показателя *доля добавленной стоимости в выручке* десяти исследуемых предприятий представлены на рис. 2.

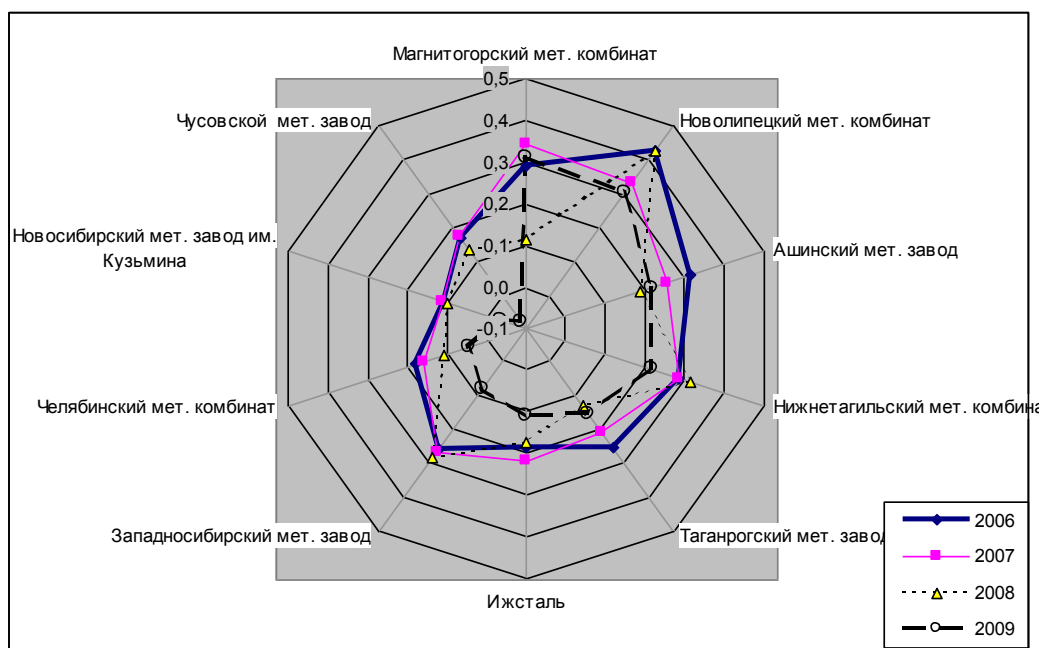


Рис. 2. Сдвиги показателя «доля добавленной стоимости в выручке» по годам

На рисунке 2 наглядно видно направление сдвига практически всех предприятий по показателю «доля добавленной стоимости в выручке». В благоприятных 2006-2007 гг. уровень рассматриваемого показателя был выше у большинства предприятий. В кризисном 2008 г. он снизился, а в 2009 г. все предприятия, кроме ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат», имели значения показателя значительно ниже. Не случайно в 2010 г. ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат» был удостоен национальной премии «Компания года».

Из группы исследуемых предприятий к конкурентоспособным можно отнести те, которые обладают наибольшим потенциалом роста и производят наибольшую добавленную стоимость. Для оценки рыночных позиций крупнейших предприятий металлургии рассмотрим их в координатах «доля добавленной стоимости в выручке продукции» – «темпы роста выручки» в 2007 г. и в 2009 гг., что наглядно изображено на рис. 3.

Из рисунка видно, что в благополучном 2007 г. практически все предприятия достигли высокого уровня добавленной стоимости в выручке, демонстрируя при этом высокие темпы роста, в результате наблюдался наименьший разброс в конкурентных позициях предприятий. Неуклонный рост спроса на металлургическую продукцию обеспечил развитие производственных показателей всех компаний.

Наступивший кризис осени 2008 г. выявил уникальность каждого предприятия. Справляться с резким снижением спроса на продукцию каждое предприятие взялось по-своему, в соответствии со своими возможностями, от этого увеличился разброс в конкурентных позициях предприятий, в результате чего,

когда в 2009 г. фактически обозначилось «дно» кризиса, разброс в положении компаний не просто увеличился, он перешел на более низкий уровень.

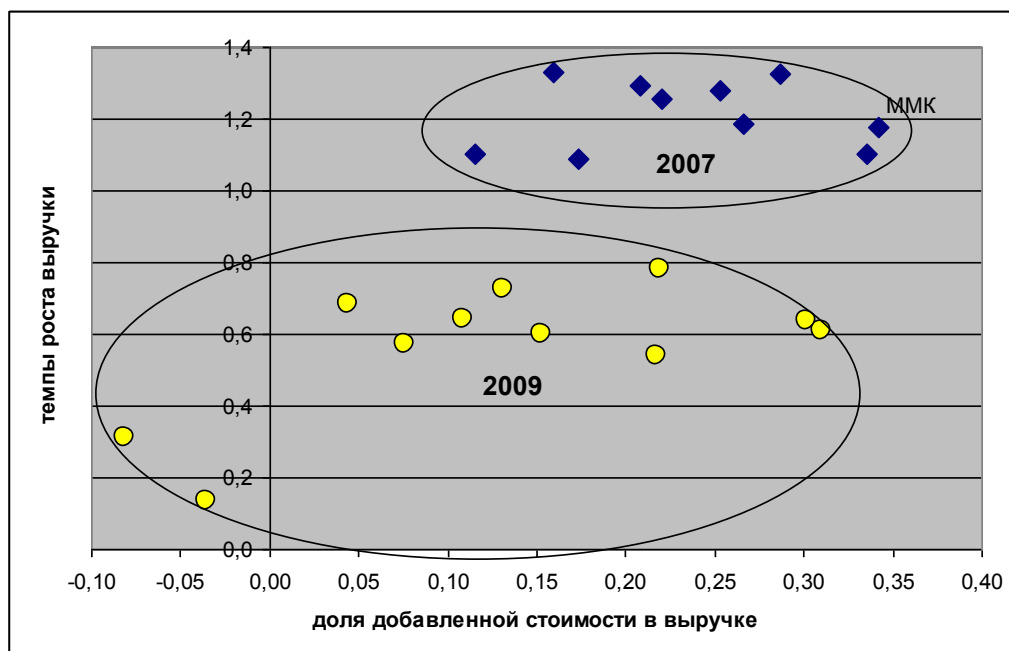


Рис. 3. Демонстрация конкурентных позиций предприятий в 2007 и 2009 гг.

Таким образом, в 2009 г. конкурентоспособность предприятий металлургии значительно снизилась. Мировой экономический кризис привел к тому, что в 2009 г. все рассматриваемые предприятия снизили темпы роста по отношению к 2008 г. в среднем на 40%. Спад значительный, но наибольшая доля добавленной стоимости в выручке оказалась у тех же самых предприятий, что и в спокойном 2007 г. – Магнитогорском, Новолипецком и Нижнетагильском металлургических комбинатах. Прежними остались и три аутсайдера (табл. 1).

Таблица 1

Место компаний по величине «доля добавленной стоимости в выручке»

Компания	2006	2007	2008	2009
ОАО «Магнитогорский мет. комбинат»	3	1	8	1
ОАО «Новолипецкий мет. комбинат»	1	2	1	2
ОАО «Нижнетагильский мет. комбинат»	4	3	2	3
ОАО «Ашинский мет. завод»	2	5	4	4
ОАО «Таганрогский мет. завод»	6	7	7	5
ОАО «Ижсталь»	7	6	5	6
ОАО «Западносибирский мет. завод»	5	4	3	7
ОАО «Челябинский мет. комбинат»	8	9	9	8
ОАО «Новосибирский мет. завод им. Кузьмина»	10	10	10	9
ОАО «Чусовской мет. завод»	9	8	6	10

В этом случае возникает вопрос, не зависит ли эффективность работы предприятия от его размера. В качестве размера возьмем совокупную величину активов.

Если посмотреть на рис. 4 и рис. 5, где размер точек определяет величину предприятий, то видно, что, действительно, корреляция имеется: чем больше предприятие, тем большую долю добавленной стоимости в выручке оно имеет. Более того, самые крупные по величине предприятия (Новолипецкий и Магнитогорский металлургические комбинаты) имеют и самую высокую долю добавленной стоимости в выручке, а самое маленькое (Новосибирский металлургический завод им. Кузьмина) – самый низкий рассматриваемый показатель. Но в то же время видно, что разброс в положении предприятий значительный. Есть небольшие предприятия (Ашинский металлургический завод), с высокой долей добавленной стоимости в выручке, и предприятия крупные (Челябинский металлургический комбинат) с незначительной величиной рассматриваемого показателя.

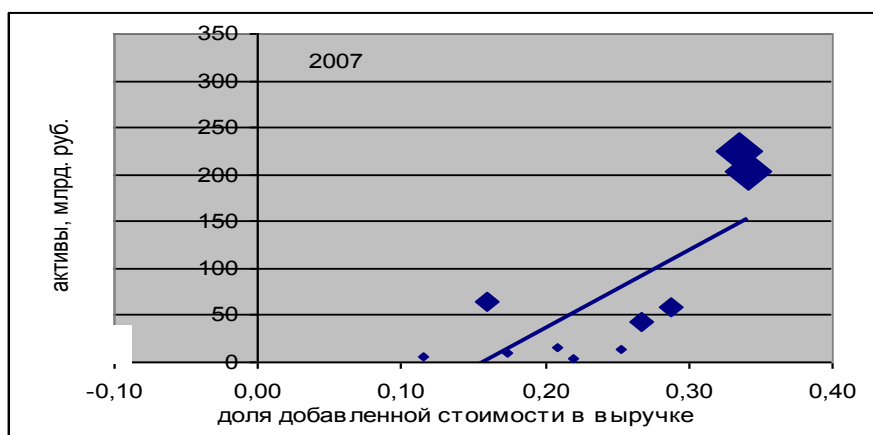


Рис. 4. Зависимость между долей добавленной стоимости и активами предприятий, 2007 г.

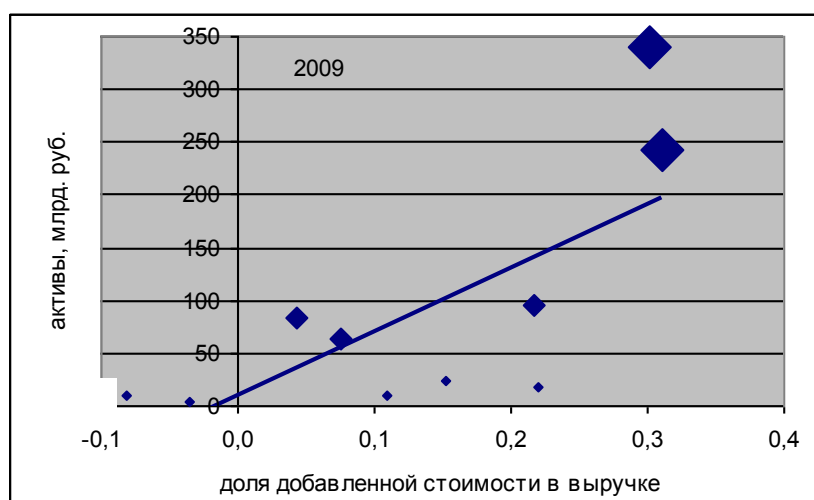


Рис. 5. Зависимость между долей добавленной стоимости и активами предприятий, 2009 г.

Однако же в период кризиса, несмотря на рост совокупных активов предприятий, доля добавленной стоимости в выручке у них сокращается.

Таким образом, наблюдается закономерность: чем крупнее металлургическое предприятие, тем больше у него доля добавленной стоимости в выручке, тем меньше потери оно несет. Поэтому объединение металлургических предприятий в крупные холдинги стало характерным признаком развития чёрной металлургии. Можно ожидать, что процессы реструктуризации, укрупнение компаний и усиление концентрации производства в металлургической отрасли продолжится, так как это позволяет усилить конкурентоспособность предприятия, о чем и свидетельствует наш измеритель конкурентоспособности.

Библиографический список

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007.
2. Егерев И.А. Стоимость бизнеса: искусство управления. М.: ДЕЛО, 2003. С. 7.
3. Сальников В.А., Галимов Д.И. Конкурентоспособность отраслей российской промышленности – текущее состояние и перспективы // Проблемы прогнозирования 2006. №2. С. 55-82.
4. Итоги года для черной металлургии РФ // Информационно-аналитический журнал «Металлургический бюллетень». 2008. №3. С. 26-41.
5. Балдина Н.П. Добавленная стоимость как индикатор конкурентоспособности // Механизмы организационно-экономического стимулирования инновационного предпринимательства : сб. науч. тр. / под ред. В.В. Титова, В.Д. Марковой. – Новосибирск : ИЭОПП СО РАН, 2010. – С. 150-159.

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ В УСЛОВИЯХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

А.А. Благодатских
ООО «Фирма БИКС», г. Горно-Алтайск

Несмотря на все усилия, предпринятые в ходе активной работы экспертов и напряженных переговорных процессов, удержать основные позиции таможенного контроля на российско-казахстанском участке государственной границы Российской Федерации в свете решений, принятых Межгоссоветом ЕвразЭС, не удалось.

Действующая до настоящего времени конструкция таможенного контроля подвергается постоянной деформации и в ближайшее время должна претерпеть существенные изменения.

Необходимо отметить, что план по переносу согласованных видов государственного контроля на внешнюю границу таможенного союза не может в полном объеме гарантировать защиту интересов Российской Федерации от угроз, сопутствующих динамично развивающимся интеграционным процессам,

особенно учитывая, что в краткосрочной перспективе не предвидится появление единых информационных ресурсов, в одночасье не оборудуется внешний контур границ таможенного союза, не уменьшится, а лишь возрастет привлекательность недобросовестных схем.

Представляется, что фактически переноса контроля (перемещение с национальных границ на внешний контур таможенного союза) не произойдет. В действительности речь может идти об отмене отдельных видов государственного контроля на национальной границе, и до того момента, пока таможенная служба России не получит надежных инструментов контроля за процедурами, проводимыми казахстанскими и отчасти белорусскими коллегами, никакой уверенности в том, что интересы Российской Федерации надлежащим образом защищены, быть не может.

На переходный период необходимо добиваться решений, фиксирующих функции таможенных органов на российско-казахстанской границе.

Принятые на высшем уровне решения в ближайшей перспективе ограничивают круг полномочий таможенных органов в пунктах пропуска через Государственную границу Российской Федерации и устраняют с определенного периода обязанность лиц представлять таможенным органам документы и сведения.

Таким образом, дальнейшее функционирование таможенных органов в пунктах пропуска через Государственную границу Российской Федерации в прежнем формате и объеме функций с 1 июля 2011 года не представляется возможным. В дальнейшем на повестку дня остро встает вопрос о целесообразности как такового нахождения на границе должностных лиц таможенных органов.

Исходные данные не позволяют сегодня дать исчерпывающие ответы на все вопросы, однако становится очевидной необходимость срочной перегруппировки сил, поиск приемов и способов защиты национальных интересов Российской Федерации. При этом важно отметить, что речь идет о мерах по защите от угроз, которые выступают издержками интеграции.

Непринятие этих мер может самым негативным образом отразиться на кооперации хозяйственных связей и цивилизованной торговле. Каждое из направлений товаропотоков рискует подвергнуться встраиванию в них контрабандных схем, притом, что таможенные органы практически лишаются возможности контролировать ситуацию.

Многоуровневая система безопасности подразумевает концентрацию сил на наиболее важных стратегических рубежах, расположенных на иностранной территории, на национальных границах России и внутри страны.

Каждый из этих рубежей должен стать элементом единой структуры, поддерживающим один другого. Таможенная служба России должна занять уверенные позиции в оперировании информационными ресурсами наших партнеров или приступить к созданию общего информационного пространства, завладеть инициативой в рамках наднациональной системы управления рисками, переосмыслить свое состояние в сфере постконтроля и правоохраны, стремиться

проникнуть во все фундаментальные основы организации работы зарубежных коллег, особенно в те, которые работают некачественно.

На современном этапе трансформации действующих механизмов контроля необходимо отслеживать не товары и грузы сами по себе, а научиться смотреть дальше, внимательно наблюдая за процессами таможенного оформления, прогнозируя угрозы, исходящие из экономических предпосылок, от организаций и лиц, занимающихся внешнеторговыми и иными коммерческими операциями, чувствовать и предвидеть тенденции, способные отрицательно повлиять на обстановку.

В целях построения эффективной системы многоуровневой системы безопасности необходимо обеспечить решение широкого круга вопросов кадрового, организационного, информационно-технического, методологического характера.

Необходимо формирование информационно-технической инфраструктуры и общих в рамках таможенного союза методологических и организационных подходов к архитектуре и администрированию наднациональной системы управления рисками.

По имеющимся сведениям, Правительство Республики Казахстан выделяет значительные средства на обустройство внешней границы, планируется оптимизация количества пунктов пропуска и оснащение их современной техникой, включая инспекционно-досмотровые комплексы (ИДК). Целесообразным представляется организовать получение информации с этих ИДК, включая рентгеновские изображения и отсканированные образы товаросопроводительных документов по примеру того, как это организовано в таможенных органах России, для обеспечения выборочного удаленного контроля товаров и транспортных средств, ввозимых на территорию таможенного союза.

Уместно заметить, что офицеры таможенно-пограничной службы США, работающие на территории зарубежных стран, могут участвовать в проведении контроля грузов, направляемых в порты США, при этом обязательным является представление таможене предварительной информации о грузах, включая картинки с ИДК. В то же время на границе с Канадой, с которой США имеют самые тесные торгово-экономические связи, несмотря на уровень взаимного доверия, наличие существенных свобод при перемещении лиц, товаров и транспортных средств, а также высокую степень интеграции экономик, таможенный контроль там не исчезает в полном объеме, присутствует статистическое декларирование.

На российско-казахстанской границе в обязательном порядке должны представляться документы на груз, сертификат страны происхождения, таможенные органы должны быть наделены правом проведения осмотра с использованием ИДК, иметь возможность задействовать служебных собак, аппаратуру радиационного контроля и другие технические средства.

На приграничных терминалах, так называемых таможенно-логистических терминалах (ТЛТ) можно сосредоточить усилия по основному таможенному оформлению грузов, следующих из третьих стран транзитом через территорию Казахстана в адрес российских получателей. При этом надо обеспечить жест-

кую связку пункта пропуска и ТЛТ, вплоть до организации конвоирования таких грузов или маршрутизации движения к ближайшим местам, где возможно осуществить комплекс необходимых операций в надлежащем объеме.

Подразделения таможенных органов в пунктах пропуска на российско-казахстанской границе, а также мобильные таможенные наряды (подходы к организации деятельности которых до настоящего времени не сформулированы) должны составить второй рубеж *многоуровневой системы безопасности*. Взаимодействие таможенных и пограничных органов на этой черте должно быть организовано на принципиально новом, более высоком качественном уровне.

При малейших сомнениях и подозрениях автотранспортные средства должны самым тщательным образом досматриваться силами должностных лиц таможенных органов и Пограничной службы ФСБ России, таможенные органы могут сосредоточиться на сборе информации о товарах и транспортных средствах, а также о лицах, их перемещающих.

Третий рубеж *многоуровневой системы безопасности* нельзя четко обозначить на местности, ограничить конкретными рамками и объектами, он должен быть организован в сфере контроля после выпуска товаров, а также в правоохранительной среде. Этот элемент должен так или иначе охватывать все звенья цепи поставок товаров от момента их ввоза на территорию таможенного союза, их выпуска, дальнейшего перемещения, складирования и последующей реализации.

Наиболее приоритетным в настоящее время является решение вопроса об определении функций и объема полномочий должностных лиц таможенных органов в пунктах пропуска через Государственную границу Российской Федерации, так как процесс формирования первого и третьего рубежей *многоуровневой системы безопасности* может быть весьма продолжительным.

Приняв за основу вышеуказанный перечень действий, необходимо в оперативном порядке обеспечить его проработку и согласование с таможенными службами Республики Беларусь и Республики Казахстан, обеспечив последующее внесение данного вопроса на рассмотрение Комиссии таможенного союза.

Не менее важным является скорейшее согласование и решение вопроса о создании рабочей группы по подготовке унифицированных основ наднациональной системы управления рисками.

Реализация указанных предложений создаст условия для проведения дальнейшей работы по минимизации угроз интересам Российской Федерации, сопутствующих динамично протекающим интеграционным процессам, позволит наиболее рациональным образом выполнить стоящие перед ФТС России задачи в рамках функционирования таможенного союза.

ОБЗОР СОСТОЯНИЯ И ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Е.А. Буркова

Рубцовский индустриальный институт

Перспективы развития промышленности России неразрывно связаны с уровнем развития машиностроительного комплекса страны, главной задачей которого является обеспечение всех отраслей народного хозяйства высокоэффективными машинами и оборудованием. На долю машиностроения в России сегодня приходится около 20% общего объема промышленной продукции. Кроме того, машиностроение – важнейший ресурс инновационного роста, что особенно актуально на современном этапе становления национальной экономики. В результате, вопрос о состоянии и перспективах развития предприятий машиностроения остается одним из важнейших вопросов.

В советское время отрасль машиностроения являлась базовой отраслью народного хозяйства. Она была ориентирована, в основном, на нужды оборонной промышленности. Переход к рыночной экономике, осуществленный в начале 90-х годов, привел к многократному снижению оборонного заказа, и как следствие – объемы производства предприятий машиностроения сократились в несколько раз. Негативная динамика сохранялась практически десятилетие, и только начиная с 2000 годов в отрасли наметились положительные тенденции, что наглядно представлено на рис. 1.

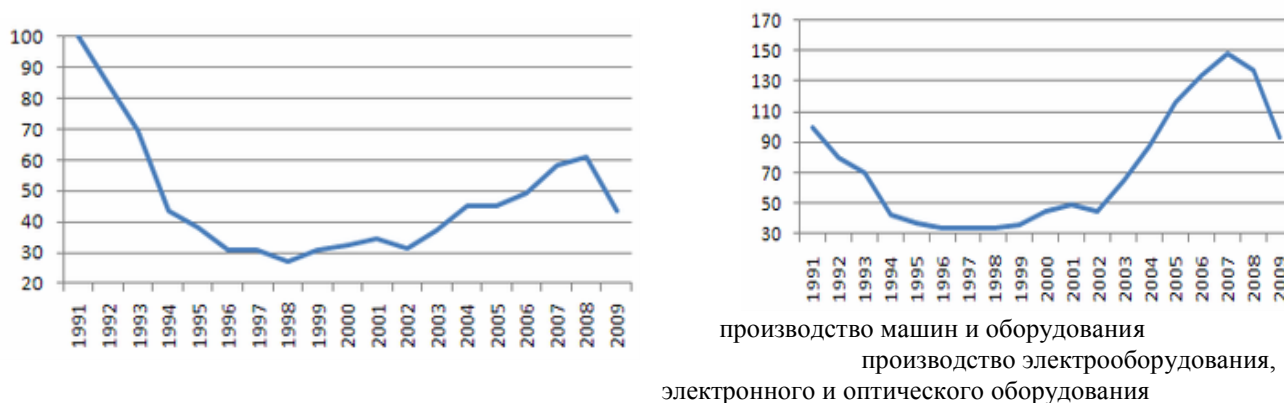


Рис. 1. Динамика индекса производства в России в 1991-2009 годах, в процентах от уровня 1992 года [1]

Мировой финансовый кризис, настигший практически все отрасли национальной экономики в 2008-2009 гг., внес свои коррективы, в том числе и в развитие машиностроительного комплекса страны. Главной проблемой стало резкое падение спроса на продукцию отрасли, обусловленное неплатежеспособностью покупателей. В результате, существенно снизились основные показатели деятельности предприятий машиностроения (табл. 1).

Таблица 1

Основные показатели деятельности предприятий машиностроения России за 2007-2009 гг.

	Производство машин и оборудования					Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования					Производство транспортных средств и оборудования				
	2007	2008	2009	Темп роста, %		2007	2008	2009	Темп роста, %		2007	2008	2009	Темп роста, %	
				2008/2007	2009/2008				2008/2007	2009/2008				2008/2007	2009/2008
Объем отгруженных товаров собственного производства, млрд. руб.	796	1001	802	125,8	80,1	829	910	817	109,8	89,8	1284	1513	1119	117,8	74,0
Среднегодовая численность работников организаций, тыс. чел.	1109	1089	901	98,2	82,7	906	912	824	100,7	90,4	1148	1156	1042	100,7	90,1
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), млн. руб.	42517	45384	25239	106,7	55,6	53557	35494	21977	66,3	61,9	63995	-40690	-110737	-63,6	272,1
Рентабельность проданных товаров, продукции, %	8,7	8,8	8,2	101,1	93,2	9,9	8,7	7,8	87,9	89,7	6,1	4,1	1,5	67,2	36,6

[1]

Сократился объем отгруженных товаров собственного производства в стоимостном выражении: машин и оборудования – на 19,9%, электрооборудования и электронного оборудования – на 10,2%, производство транспортных средств и оборудования – на 26%. Уменьшилась также среднегодовая численность работников, занятых в данной отрасли.

Существенно сократились показатели финансовых результатов деятельности предприятий машиностроения. Сальдированный финансовый результат в 2009 г. по производству машин, оборудования и производству электрооборудования, электронного и оптического оборудования снизился на 44,4 и 38,1% соответственно. Наиболее серьезные потери понесли предприятия, производящие транспортные средства и оборудование, – сумма полученного убытка превысила сумму полученной прибыли, их сальдированный финансовый результат оказался отрицательным.

В результате, объемы продукции предприятий машиностроения сократились в среднем на 35% [2].

В 2010 г. ситуация изменилась – в отрасли наблюдался существенный рост (24%) [2]. Однако, на наш взгляд, его не следует трактовать как определенный «качественный скачок» в развитии машиностроения, это так называемый компенсационный рост, который позволил лишь приблизиться к докризисным объемам производства.

Необходимо отметить, что такое серьезное падение в период финансового кризиса было обусловлено не только проблемами мирового масштаба, ряд негативных тенденций отрасли проявлялись еще на этапе подъема. Кризис выступил в роли катализатора – выявил наиболее слабые места предприятий машиностроения.

Главной проблемой машиностроительной отрасли остается изношенность основных фондов. Анализ состояния материально-технической базы машиностроительного комплекса России за 2007-2009 гг. представлен в таблице 2 [1].

Таблица 2

Основные показатели состояния материально-технической базы машиностроительного комплекса России за 2007-2009 гг., в %

Показатель	Производство машин и оборудования			Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования			Производство транспортных средств и оборудования		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Степень износа основных фондов	41,8	42,3	42,9	47,5	45,9	45,9	52,1	51,5	50,3
Удельный вес полностью изношенных основных фондов	15,2	15	13,6	19,1	17,6	16,2	25,7	25	24
Коэффициент обновления основных фондов	13,4	13,3	13,6	12,2	13,1	11,6	7,8	8,6	10,1
Коэффициент выбытия основных фондов	1,3	1,2	0,9	1,5	1,3	1	0,8	0,8	0,7

Как видно из таблицы, степень износа основных фондов на 2009 г. в сфере производства машин и оборудования составляет 42,9%, в сфере производства электрооборудования, электронного и оптического оборудования – 45,9%, производства транспортных средств и оборудования – 50,3%. При этом удельный вес полностью изношенных основных фондов составляет соответственно – 13,6, 16,2 и 24%. В анализируемом периоде наблюдалась в целом положительная динамика коэффициента обновления основных фондов, однако необходимо отметить, что процесс обновления идет недостаточными темпами.

Анализ состояния основных фондов предприятий отрасли машиностроения приводит к выводу о низкой их эффективности. В результате – низкое качество продукции, невысокая конкурентоспособность не только на внешнем, но и на внутреннем рынке и, как следствие, недостаточный объем реализации продукции и недостаточный объем инвестиционных средств для обновления основных фондов.

По мнению ряда экспертов, единственный возможный способ разорвать замкнувшийся круг – простимулировать спрос на продукцию машиностроения через систему госзакупок, ориентированную прежде всего на наукоемкую, инновационную продукцию.

В настоящее время в структуре инвестиций в основной капитал предприятий отрасли, по данным на конец 2009 г., в основном преобладают собственные источники финансирования (см. рис. 2). Бюджетные средства составляют в сфере производства машин и оборудования – 0,8%, производства электрооборудования – 10,1% и производства транспортных средств – 2,9%. Необходимо отметить, что доля бюджетных средств в общем объеме финансирования в период кризиса возросла.

Как уже было сказано выше, советское машиностроение, являясь базовой отраслью промышленности, опиралось на систему госзаказов. Безусловно, государство может и должно поддерживать ведущие отрасли промышленности, в том числе осуществляя государственные заказы. Однако, на наш взгляд, дальнейшее увеличение объемов инвестиций в отрасль только за счет средств бюджета представляет собой возврат к методам прямого воздействия государства на экономику, что несет с собой инфляционные и коррупционные риски. Поэтому необходимо анализировать и другие возможные источники финансирования предприятий машиностроительной отрасли с целью обновления их основных фондов, прежде всего воздействуя на экономику в условиях рынка косвенными методами.

Таким образом, состояние машиностроительной отрасли России на современном этапе можно охарактеризовать как достаточно сложное. Существует ряд проблем, решение которых во многом будет зависеть от эффективности предпринятых государством мер по поддержанию и дальнейшему развитию отрасли.



Рис. 2. Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования (2009 г.) [1]

Библиографический список

1. Сборник «Промышленность России» 2010 г. URL: <http://www.gks.ru>
2. Союз машиностроителей России. Ежемесячный информационно-аналитический бюллетень №12(29), декабрь 2010 г. URL: <http://www.soyuzmash.ru>

ОСОБЕННОСТИ МИНИМИЗАЦИИ БЮДЖЕТНЫХ РИСКОВ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Д.В. Горохова

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
г. Москва*

В настоящее время при принятии решений в области управления, в том числе и в бюджетной сфере, трудно обойтись без обстоятельного учета факторов неопределенности и риска. Признание вероятностного характера развития экономических систем, осознание того, что бюджетный процесс подвержен влиянию ряда случайных событий, которые могут воздействовать на достижение желаемого результата, определяют проблему изучения влияния неопределенности на бюджетный процесс.

Экономический кризис, пик которого пришелся на конец 2008 – первую половину 2009 гг. в очередной раз доказал, что бюджеты субъектов Российской Федерации крайне восприимчивы к изменениям экономической ситуации. При этом в современной глобальной экономике их чувствительность к потрясениям от различных рисков, вне зависимости от их масштаба, резко возросла. Вместе с тем, за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации финансируется большая часть расходов на образование, здравоохранение, социальную политику, поддержку отраслей экономики. Исходя из этого, значимость вопроса минимизации бюджетных рисков субъектов Российской Федерации определяется тем, что это оказывает непосредственное влияние на уровень и качество жизни населения, проживающего на соответствующей территории.

Однако на сегодняшний день органы государственной власти субъектов Российской Федерации не уделяют достаточного внимания управлению бюджетными рисками, в их структуре не существует подразделений, занимающихся данным вопросом, слабо изучен этот процесс и в теории.

Исходя из того, что в настоящее время по содержанию, целям и принципам наблюдается тенденция сближения управления бюджетом с менеджментом в корпоративном секторе, целесообразно рассмотреть, какие из методов минимизации рисков корпоративного сектора могут быть применены в процессе управления бюджетными рисками субъектов Российской Федерации.

Прежде чем перейти к непосредственному анализу методов минимизации рисков, необходимо определить субъект и объект управления бюджетными рисками на региональном уровне.

Субъектом управления являются участники бюджетного процесса регионального уровня, определенные статьей 152 Бюджетного кодекса Российской Федерации.

Исходя из субъективно-объективной природы рисков (т.е. возникновение рисков обусловлено, с одной стороны, следствием принятия субъективных решений, а с другой – объективно существующей неопределенностью среды), объект управления бюджетными рисками можно рассматривать как совокупность экономических отношений по поводу формирования и использования

бюджетных средств. Основываясь на этом, бюджетные риски по источникам возникновения можно классифицировать как систематические, т.е. объективно не зависящие от субъекта бюджетной деятельности (уровень инфляции, изменение законодательства, форсмажорные обстоятельства) и несистематические, т.е. зависящие от деятельности субъекта, осуществляющего бюджетный процесс и отрицательные последствия которых можно предотвратить за счет эффективного управления бюджетными рисками (риски потерь при размещении временно свободных средств, операционные риски и др.).

В теории управления рисками чаще всего выделяют следующие методы минимизации рисков: избежание риска, диверсификация риска, хеджирование риска, лимитирование концентрации рисков, распределение риска и страхование (самострахование). Однако не все из перечисленных методов могут быть применены к управлению бюджетными рисками субъектов Российской Федерации.

Так, избежание риска основано на полном исключении конкретного вида деятельности, но т.к. деятельность участников бюджетного процесса регламентирована нормами права, то при управлении бюджетными рисками в чистом виде данный метод не может быть реализован.

Ограничен в применении и метод хеджирования рисков, суть которого заключается в проведении уравнивающих операций, в результате которых при получении убытка по одной операции по другой возникает доход. В большей мере данный метод характерен для операций на финансовых рынках или рынках биржевых товаров, а управление бюджетными средствами не связано с такими операциями.

Что же касается метода диверсификации риска, то, пожалуй, это наиболее сложный метод минимизации рисков, требующий высокого профессионализма. Диверсификация (от лат. *diversus* – разный и *facere* – делать) в широком смысле – расширение видов деятельности, переход к более разнообразным способам хозяйствования, объектам вложения активов и источникам привлечения ресурсов. Суть данного метода заключается в создании такого равновесия, при котором если в результате непредвиденных событий один вид деятельности или источник ресурса будет убыточен, то другой вид все же будет приносить прибыль.

При управлении корпоративными финансами, в целях снижения рисков, диверсифицируют чаще всего вложения капитала. Что же касается управления бюджетными рисками, то организационных и нормативно-правовых ограничений по применению данного метода не наблюдается. Но, исходя из сути данного метода, он может быть применен только для минимизации отдельных несистематических рисков, например, при размещении свободных средств бюджета субъекта Российской Федерации.

Метод лимитирования концентрации рисков основан на установлении лимита, т.е. предельных сумм определенных показателей в процессе осуществления различных аспектов финансовой деятельности. Иначе говоря, данный метод предполагает установление ограничений на проведение тех или иных финансовых операций и направлений в осуществлении финансовой деятельности.

Управление бюджетными средствами непосредственно же связано с лимитами. Так, к примеру, основу исполнения бюджета по расходам составляют лимиты бюджетных обязательств, которые является своего рода ограничением на принятие получателем бюджетных средств обязательств, предусматривающих их расходование. Кроме того, бюджетным законодательством для бюджетного процесса предусмотрены различные нормативы и ограничения. К примеру, Бюджетным кодексом Российской Федерации предусмотрены ограничения на предельный объем дефицита бюджета субъекта Российской Федерации, предельный размер государственного долга и расходов на его обслуживание. С 2008 года субъекты Российской Федерации, в бюджетах которых значительную долю (свыше 20%) занимают межбюджетные трансферты (за исключением субвенций), обязаны соблюдать установленные Правительством Российской Федерации нормативы формирования расходов на содержание органов государственной власти [1, ст. 130].

Таким образом, о методе лимитирования концентрации рисков можно говорить не только как о возможно применимом методе, но как о некоем встроенном в бюджетный процесс методе.

Механизм метода распределения рисков основан на частичном их трансферте (передаче) другим субъектам бюджетного процесса. При этом передается та часть рисков, по которой другие субъекты имеют больше возможностей нейтрализации их негативных последствий и располагают более эффективными способами внутренней страховой защиты.

Наиболее ярким примером использования данного метода в бюджетной среде является предоставление субъектам Российской Федерации государственных гарантий.

В теории финансового менеджмента большое внимание уделено таким методам минимизации рисков, как страхование и самострахование. В широком смысле страхование рассматривается как экономические отношения по созданию специальных денежных фондов из взносов физических и юридических лиц и последующему использованию этих фондов для возмещения тем же или другим лицам ущерба (вреда) при наступлении различных неблагоприятных событий в их жизни и деятельности, а также для выплат в иных, определенных законом или договором, случаях [4]. Уже из самого определения становится явным, что страхование не ставит цель по уменьшению риска, а нацелено на возмещение материального ущерба от проявления риска. Исходя из этого, по нашему мнению, рассматривать страхование как метод минимизации бюджетных рисков возможно лишь в той части, что страхование предполагает проведение различных превентивных мероприятий, которые в некоей степени могут способствовать минимизации бюджетных рисков.

Что же касается метода самострахования, то применительно к минимизации бюджетных рисков целесообразно говорить не о самостраховании, а о создании бюджетных резервов, т.е. покрытии непредвиденных расходов за счет резервного фонда, который создается в наиболее благоприятный период и используется в случае нехватки текущих доходов для покрытия непредвиденных расходов. Кроме того, согласно Концепции межбюджетных отношений и ор-

ганизации бюджетного процесса в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях, принятой распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 августа 2009 г. №1123-р, создание денежных резервов является приоритетным направлением бюджетной политики бюджетов субъектов Российской Федерации, провозглашенным федеральным органом исполнительной власти [3].

Эффективность создания резервного фонда на уровне федерального бюджета была доказана в 2008-2009 гг., когда преодоление большей части дефицита федерального бюджета и оказание антикризисных мер по поддержке реального сектора экономики были осуществлены за счет средств резервного фонда, сформированного при высоких ценах на нефть в 2006-2008 гг.

Но, с другой стороны, следует отметить, что низкий удельный вес собственных налоговых и неналоговых доходов бюджетов субъектов Российской Федерации (в 2010 году у бюджетов 30% субъектов Российской Федерации удельный вес безвозмездных поступлений в структуре доходов бюджетов составил более 50%), высокий уровень государственного долга отдельных субъектов Российской Федерации (так, за 2010 год у 31% субъектов Российской Федерации государственный долг превысил 50% от суммы доходов бюджетов субъектов Российской Федерации без учета объема безвозмездных поступлений, и лишь только у 17% субъектов Российской Федерации государственный долг меньше 10% от суммы налоговых и неналоговых доходов) [5] не позволяет бюджетам субъектов Российской Федерации направлять в необходимом объеме средства на формирование денежных резервов.

Таким образом, обобщая вышесказанное, в настоящее время в качестве приемлемых методов минимизации бюджетных рисков субъектов Российской Федерации можно выделить метод диверсификации рисков, метод лимитирования, метод распределения рисков и, как аналог самострахования в бюджетной сфере, создание денежных резервов. Однако, как показывает практика, этого в настоящее время недостаточно для минимизации бюджетных рисков. Поэтому необходимо исследовать возможность специфических методов минимизации бюджетных рисков бюджетов субъектов Российской Федерации. При этом определение данных методов должно учитывать не только специфические черты бюджетного процесса субъектов Российской Федерации, но и особенности бюджетных рисков, среди которых можно выделить следующие.

Во-первых, выделение систематических и несистематических рисков. Особенностью такого разделения является то, что систематические риски сложно поддаются идентификации, оценки и минимизации. Исходя из этого, большое внимание должно быть уделено превентивным мероприятиям и увеличению роли денежных резервов.

Во-вторых, последствия систематических рисков сказываются сразу и на снижении доходной части бюджета, и на необходимости осуществления непредвиденных расходов. Так, к примеру, чрезвычайная ситуация летом 2010 года, связанная с лесными пожарами и засухой в ряде регионов Российской Федерации, привела к тому, что с одной стороны, снизились налоговые поступления от физических и юридических лиц, а с другой стороны – возникла необхо-

димось дополнительных расходов, связанных с ликвидацией последствий данных бедствий. К примеру, в среднем по Приволжскому федеральному округу, субъекты которого в большей мере пострадали от последствий засухи и лесных пожаров, по отчетности на 1 января 2011 года, расходы в части безвозмездных перечислений организациям, за исключением государственных и муниципальных организаций, возросли на 69%, в то время как в среднем по Российской Федерации – на 18%. При этом доходы бюджетов субъектов Приволжского федерального округа в среднем возросли на 18%, что на 1 процентный пункт меньше, чем в среднем по Российской Федерации [6].

В-третьих, ущерб от бюджетных рисков более масштабный и сказывается на социально-экономической обстановке всего региона или страны в целом.

В-четвертых, бюджетные риски тесно связаны с демографической, налоговой, денежно-кредитной и бюджетной политикой государства. Кроме того, факторы бюджетных рисков субъектов Российской Федерации усиливаются еще и высокой зависимостью региональных бюджетов от решений федерального центра и неопределенностью по поводу результатов проводимых налоговых реформ и политики в области межбюджетных отношений. Поэтому следует говорить не только о методах минимизации бюджетных рисков субъектов Российской Федерации, а о целенаправленном взаимодействии органов государственной власти регионального и федерального уровня, юридических лиц, направленном на минимизацию бюджетных рисков.

В-пятых, в связи с процессом глобализации российской экономики возможно увеличение факторов рисков, связанных с деятельностью мирового финансового рынка, что свидетельствует о необходимости усиления роли управления бюджетными рисками, тем более что научные предпосылки для этого имеются.

Библиографический список

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации.
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 08.08.2009 №1123-р «Концепция межбюджетных отношений и организации бюджетного процесса в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях».
3. Бегчин Н.А. Современный взгляд на управление расходами бюджетов субъектов федерации// Вестник Финансовой академии, 2010. – №5.
4. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / колл. авторов под общ. редакцией А.Г. Грязновой. – М.: Финансы и статистика, 2002.
5. http://www1.minfin.ru/ru/public_debt/subdbt/
6. <http://www.roskazna.ru/reports/mb.html>

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ АКТИВНОСТЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Т.В. Евдокимова

Томский государственный университет

Кризис безусловно явился тормозом в развитии малого предпринимательства. Вместе с тем, кризис это также мотивация к активности и вытекающим из неё большим возможностям – стать на новую ступеньку развития, получить ранее недоступные участки рынка, мобилизовать усилия и сделать большой шаг в развитии своего предприятия. Но экономическая активность не возникает сама собой даже при наличии такого серьезного мотива, как кризис. Главным стимулом экономической активности выступают условия, создаваемые государством для развития предпринимательства.

В настоящее время в экономике России важным источником роста эффективности производства, насыщения рынка необходимыми товарами, услугами и повышения уровня жизни населения является развитие малого предпринимательства.

Малый бизнес отличается от крупных предприятий высокой мобильностью в условиях рынка. Он способен не только быстро заполнять ниши, которые образуются в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться, а главное, создавать атмосферу конкуренции, без чего рыночная экономика невозможна.

Мировая практика доказала, что предприятия малого бизнеса являются самой динамичной формой предпринимательской деятельности, где можно выразить свой творческий потенциал, проявить свою экономическую активность, которая представляет собой форму участия предпринимателя в общественном производстве и способ получения финансовых средств для обеспечения его самого и членов его семьи.

Не случайно одним из приоритетных направлений государственной программы выхода из кризиса [1] обозначено развитие малого предпринимательства, его экономической активности, за счет чего уже в 2010 году должен был произойти резкий рост числа малых предприятий.

Вполне закономерно встает вопрос о поиске путей и механизмов повышения экономической активности, побудительных мотивов в сфере малого предпринимательства. Особенно это актуально сейчас, когда явления кризиса не преодолены.

Различают два вида побудительных мотивов: внешнее стимулирование активности (заработок, прибыль, награда) и внутреннюю мотивацию, которая выражается в виде экономической активности. Говоря о внутренней мотивации, нужно отметить, что она выступает в качестве важного фактора коммерческого поведения предпринимателя и напрямую влияет на его отношение к экономическим преобразованиям, в том числе и к кризису. Таким образом, экономическая активность – это система предметно – преобразующих видов трудовой деятельности, при реализации которой происходит удовлетворение материаль-

ных потребностей человека, самоутверждение и самореализация в его профессиональной деятельности [2].

Экономическая активность проявляется в наличии у предпринимателя инновационного момента, направленного на рост своего благосостояния, – будь то производство нового товара, смена вида деятельности или создание нового предприятия. Поиск новой системы управления производством, качеством, внедрение новых методов организации производства или новых технологий – это тоже инновационные моменты, которые не возникают на пустом месте, без мотивации.

Наука рассматривает систему мотивов, в которую входят три принципа активности [2].

Первый и главный (базисный) принцип лежит в основе материальных интересов (собственность во всех её видах и формах).

Второй принцип экономической активности заложен в самом человеке, т.е. источники мотивации находятся в психологии личности.

Третий принцип экономической активности – это принцип надежности (деловой этики), предполагающий честное и добросовестное ведение бизнеса с партнёрами.

Данная система мотивов не неизменна, она будет постоянно прирастать, видоизменяться сообразно тому, как станет меняться само производство и условия, создаваемые государством для успешного развития предпринимательства [2].

В 2006-2008 годах была обозначена государственная антикризисная политика по созданию благоприятных условий для развития предпринимательских инициатив как на федеральном, так и на региональном уровнях. Это выразилось в том, что предкризисные 2006, 2007 годы характеризовались подъемом экономической активности субъектов малого и среднего бизнеса. В России число малых предприятий на 1 января 2008 года превысило 1100 тыс. единиц, а индивидуальных предпринимателей – 3,4 млн. человек [3].

В Томской области в 2006 году насчитывалось 9948 малых предприятий и 25 604 индивидуальных предпринимателей, которые обеспечивали рабочими местами свыше 106 000 человек. В основном малые предприятия сосредоточены в г. Томске (около 80%). В 2007 году количество малых предприятий Томской области возросло на 30% (как и в 2006 году). Высокий темп роста числа малых предприятий в 2006-2007 годах позволил Томской области сохранить лидирующие позиции среди регионов РФ по приросту числа малых предприятий на 100 тысяч населения.

Количество индивидуальных предпринимателей в Томской области также устойчиво возрастает, темп роста за 2007 год составил 110,2%. Общий оборот малых предприятий в 2006 году составил более 91,8 млрд. руб., в 2007 г. – 121,1 млрд. рублей.

Наиболее привлекательной для малого бизнеса области является сфера оптовой и розничной торговли (40,8%) и операции с недвижимым имуществом (17,1%). Значительное развитие малые предприятия получили в промышленности (обрабатывающие производства 13,5%) и строительстве (11,4%).

В области были созданы и действуют по настоящее время: устойчивая нормативная база поддержки предпринимательства, фонд поддержки предпринимательства, развитая инфраструктура поддержки предпринимательства, которая включает кредитные организации, консалтинговые компании, систему центров поддержки предпринимательства, образовательные учреждения [4].

Данная система мер эффективно влияет на развитие малого бизнеса, стимулирует активность субъектов малого и среднего предпринимательства, формирует позитивное отношение общества к бизнесу. Примером побуждения и мотивации к активности служит ежегодно проводимый с 2004 года областной конкурс «Лидеры томского предпринимательства». Конкурс проводится в целях содействия дальнейшему развитию предпринимательства в Томской области, популяризации опыта работы лучших малых предприятий, индивидуальных предпринимателей, организаций инфраструктуры поддержки предпринимательства Томской области.

В настоящее время экономическая активность стала предметом научных исследований. Ситуация в экономике страны постоянно изменяется – от подъема и стабильности до кризисов. И очень важно использовать уже имеющийся потенциал экономической активности, который сформировался на предыдущих этапах развития общества. Поэтому необходимо иметь научно выверенные данные о том, какие формы экономической активности существовали, какие условия необходимы для их адаптации и трансформации в ходе дальнейшего регулирования экономики.

Установлено, что предприниматели малого бизнеса в основном адаптируются к тем условиям, которые возникают неожиданно, но все же дают возможность продолжить начатое дело. Особую актуальность научные разработки по использованию потенциала экономической активности малого предпринимательства приобретают в условиях кризиса, когда на определенное время замирает жизнь предпринимательства. Ожидание неизвестности тормозит деловую активность участников рынка. Такое затишье наблюдалось в начальный период кризиса 2008 года. По аналогии с 1998 годом, проходит несколько месяцев, и потерянное спокойствие возвращается в некоторой доле к предпринимателям и работа продолжается дальше.

В 3-м квартале 2008 года в экономике страны были зафиксированы кризисные явления. Главными факторами, которые повлияли на активность малых предприятий, можно назвать следующие:

- Снижение ликвидности в банковском секторе лишило малое предпринимательство возможности использовать краткосрочные и среднесрочные кредиты. Это привело к сворачиванию большей части малых предприятий из-за невозможности пополнить оборотные средства, закупить товары у крупных производителей, оптовиков;

- Неплатежи со стороны контрагентов привели к отказу работать с крупными поставщиками по схеме «предоплата за продукцию – отгрузка продукции».

- Неизвестность заставила многие предприятия заморозить проекты развития, сократить инвестиции. Общий расход на инновации в стране сократился

более чем на 75%. Снизилась инновационная активность предпринимателей. Так, число инновационных обращений за профессиональными консультациями за первый квартал 2009 года снизилось на 37% по сравнению с аналогичным периодом 2008 года. Снизилось количество инновационных проектов. В целом по России кризис привел к двукратному сокращению доли частных инвестиций в освоение инноваций [5].

В Томской области только в 2008 году прекратили свое существование 329 предприятий малого бизнеса. Среди них 22 предприятия по использованию вычислительной техники и информационных технологий, 15 предприятий, занимающихся консультированием по аппаратным средствам вычислительной техники, 56 предприятий по финансовой деятельности, 76 – по транспортной обработке грузов и хранению и т.д. [6].

Таблица 1

Показатели состояния малого предпринимательства Томской области

Показатель	Ед. изм.	2007 г.	2008 г. (с микро)	2009 г. (с микро)
Количество малых предприятий	Тыс. ед.	12,97	15,4	17,3
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей), занятых на малых предприятиях	Тыс. чел.	91,2	89,0	90,5
Оборот предприятий	Млн. руб.	121 097	99 322	91 891
Инвестиции в основной капитал (в части новых и приобретенных по импорту основных средств)	Млн. руб.	9 758,0	10 755,4	8 362,25
Число ИП, состоящих на учете в налоговых органах	Тыс. чел.	28,2	30,4	31,8
Доля занятых в малом предпринимательстве (работников МП и ИП) в численности занятых в экономике	%	21,7	23,2	24,5

Данные таблицы указывают на то, что большая часть томских предпринимателей адаптировалась к кризисным условиям. В этом случае, как утверждают научные исследования, предприниматели стараются активно достигать баланса собственных интересов, интересов общества и государства.

В современных условиях хозяйствования каждый предприниматель работает в условиях глубокой специализации, возникшей на основе разделения труда. Поэтому любой предприниматель нуждается в партнерских связях. Только в таком случае он может действовать эффективно.

В то же время предприниматель вынужден взаимодействовать не только с потребителем как основным контрагентом, но и с государством, которое в условиях кризиса должно выступать в качестве главного помощника. И потребитель и государство, также как и предприниматель, относятся к категории субъектов экономической активности. Именно от позиции государства в решении проблем малого предпринимательства зависит его экономическая активность, а значит и его развитие.

Поэтому органы государственной власти направляют свои усилия на формирование заинтересованности регионов развивать потенциальные возможности малого бизнеса, возвращаться к широкому использованию материальных и моральных стимулов при оценке работы предпринимателей, в конечном счете – повышать экономическую активность предпринимательства. Для этого на федеральном уровне принимаются Программы по развитию малого бизнеса, проводятся всевозможные конкурсы и соревнования, которые внедряются регионами на своих территориях.

Так, в 2006 году Томская область стала победителем федерального конкурса по отбору субъектов РФ для предоставления субсидий бюджетам РФ с целью финансирования мероприятий, осуществляемых в рамках оказания государственной поддержки малого предпринимательства субъектами РФ. По мероприятиям конкурса «Поддержка субъектов малого предпринимательства, производящих товары, работы и услуги, предназначенные для экспорта» в 2006 году Томской области из федерального бюджета выделен 1 млн. рублей. Еще 1 млн. рублей на поддержку экспортно-ориентированных малых предприятий выделен областным бюджетом.

Регион шесть раз (2004, 2005, 2007-2010 гг.) признавался победителем конкурса «Лучший регион в области развития малого и среднего предпринимательства», проводимого Советом Федерации Федерального собрания РФ совместно с Торгово-промышленной палатой РФ и Российским союзом промышленников и предпринимателей. В 2007 году область была удостоена премии Торгово-промышленной палаты Российской Федерации «Золотой Меркурий» в номинации «Регион с наиболее благоприятными условиями для развития малого и среднего предпринимательства».

Томская область традиционно входит в число регионов-лидеров Российской Федерации и Сибирского федерального округа (СФО) по основным показателям развития малого предпринимательства в пересчете на душу населения. По итогам 2009 года по числу малых предприятий регион занимает 1-е место в СФО и 6-е в РФ; объему инвестиций в основной капитал – 1-е место в СФО и 3-е в РФ; доле среднесписочной численности работников малых предприятий в общей численности занятых – 1-е место в СФО и 14-ое в РФ [7].

В ноябре 2010 года утверждена новая долгосрочная целевая программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Томской области на период 2011-2014 годов», которая направлена на повышение эффективности и системности принимаемых мер по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства [7].

Антикризисные меры в сфере малого бизнеса, осуществляемые региональными и местными властями при поддержке Минэкономразвития России (поддержка стартующего бизнеса, развитие микрофинансирования и системы содействия кредитования малого и среднего предпринимательства, поддержка сбыта продукции малого и среднего предпринимательства, развитие молодежного предпринимательства и др.), позволили только в 2009 году создать и стабилизировать около 5 тыс. рабочих мест [7].

Каждая позиция комплекса антикризисных мер области в сфере малого бизнеса ориентируется на систему мотивов и направлена на повышение экономической активности предпринимательства.

В области сформирована система защиты прав предпринимателей и формирования благоприятной среды для ведения бизнеса. На территории области работают региональные отделения крупнейших объединений предпринимателей: «ОПОРЫ России» и «Деловой России». Томская торгово-промышленная палата является участником мероприятий по поддержке малого и среднего предпринимательства в регионе.

Руководство Томской области в своей практической деятельности опирается на выводы научных исследований в том, что рыночный механизм хозяйствования может эффективно функционировать, если будет достигнута критическая масса предпринимателей нового типа, если будет создан новый мотивационный механизм повышения трудовой и экономической активности предпринимателей. С этой целью при каждом вузе работают бизнес-инкубаторы (всего в области 12 бизнес-инкубаторов), при каждом из них работают резиденты, созданы молодежные команды, которые под руководством вузовских ученых и преподавателей работают над инновационными проектами с целью их внедрения. Такими, как, например, «Разработка микроволновой установки «Версия» для конверсии природного углеводородного газа (метана) в наноуглерод и водород», «Получение экстрактов антиоксидантов из растительного сырья», «Использование полимерных гелей для реставрации металлических и металлодержащих объектов», «Разработка теоретических основ и технологий племенной работы для создания питомника медоносной пчелы среднерусской породы в Томской области». Подобных программ только в бизнес-инкубаторе Томского Государственного университета более 20 [8].

Томская область признана пилотным регионом Российской Федерации, реализующим комплекс мероприятий по вовлечению молодежи в предпринимательскую деятельность. При поддержке Федерального агентства по делам молодежи и Минэкономразвития России в 2009-2010 гг. более 2500 молодых людей стали участниками образовательных программ по предпринимательству, тренингов, конкурсов и выставочных мероприятий, получили возможность консультаций и мастер-классов от успешных российских предпринимателей, прошли систему личностной диагностики на уровень предпринимательских компетенций. В рамках программы «Развитие малого и среднего предпринимательства Томской области на период 2008-2010 годы» более 100 проектов молодых предпринимателей получили финансовую поддержку по конкурсам «Первый шаг» и «Бизнес-старт». Если для участия в первом конкурсе предпринимательских проектов «Первый шаг» было подано 29 заявок, то в 13-м конкурсе было уже 610 победителей.

Несмотря на широкий спектр принимаемых мер по развитию активности малых предприятий, в действительности не все так хорошо. Кризисные явления 2008-2009 гг. не обошли сферу малого и среднего предпринимательства региона. Исследования, проводимые региональным отделением ОПОРЫ России и Томской ТПП, показали сокращение оборотов малого и среднего предпринима-

тельства (около 25%), падение инвестиций в основной капитал (на 30%), сокращение количества малых предприятий (без микропредприятий).

Основные проблемы субъектов малого и среднего предпринимательства по результатам проведенных исследований региональным отделением ОПОРы России и Томской торгово-промышленной палаты следующие:

1) проблема привлечения финансовых ресурсов при реализации предпринимательских проектов малого и среднего предпринимательства и осуществлении текущей деятельности;

2) высокий уровень конкуренции;

3) недостаток квалифицированных кадров;

4) недостаток информационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Томской области;

5) недостаточный уровень поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на муниципальном уровне.

Безусловно, главным препятствием остается отсутствие достаточного объема денежных средств, особенно на этапе создания предприятия, а также высокие процентные ставки по кредитам коммерческих банков. В Томской области 12 финансовых организаций, работающих по программе Гарантийного фонда и обязанных способствовать развитию малого и среднего предпринимательства. В 2009 и 2010 гг. банками было выдано 45 поручительств на сумму 107 млн. рублей. Самый высокий удельный вес выданных поручительств (26,01%) представляют «Услуги», торгово-посредническая деятельность – 22,83%, производство – 17,48%, строительство – 15,92%. Самый низкий удельный вес представляет сельское хозяйство – 2,66%.

Лучше всех использовали свои лимиты поручительства банки – партнеры Фонда по состоянию на 20.12.2010г. ОАО «Томскпромстройбанк» – 90,77%, Сбербанк России ОАО – 65,34%, Томский филиал ОАО «Промсвязьбанк» – 57,36%. Совсем не использовали Филиал ОАО Банк ВТБ в г. Томске и филиал ВТБ 24 (ЗАО). Анализ показал: чем выше процент использования лимита, тем ниже процентная ставка.

Существующие сегодня в регионе конкурсы «Первый шаг» и «Бизнес-старт» имеют достаточно ограниченное поле применения – суммы выделяемых субсидий и жесткие сроки реализации мало подходят для большинства инноваторов.

И все же сделано немало. Проведен анализ проблем и ошибок. Принята новая программа по развитию малого бизнеса до 2014 года. Есть над чем работать для того, чтобы использовать и плюсы кризисных явлений по влиянию на экономическую активность, и минусы, которые препятствуют ее развитию.

Влияние кризиса на активность малого бизнеса действительно можно рассматривать с разных позиций. С одной стороны, малый бизнес понес значительные убытки из-за снизившейся покупательной способности населения. С другой стороны, именно финансовый кризис должен повысить предпринимательскую активность граждан, которые смогут открыть небольшие частные предприятия. Конечный результат будет зависеть от эффективности работы

властных структур всех уровней и повышения заинтересованности субъектов малого бизнеса в собственном развитии.

Библиографический список

1. Программа антикризисных мер Правительства Российской Федерации на 2009 год. // Российская газета №4872 от 20 марта 2009 года.
2. Влияние государственной поддержки на развитие экономической активности в сфере малого предпринимательства [Электронный ресурс] <http://www.nauka-shop.com/mod/produktID/35796/>
3. Влияние кризисных явлений в экономике Российской Федерации на малый бизнес. Национальный институт систем исследований проблем предпринимательства. Авторы: Литвак Е.Г., Мигин С.В., Нехаев А.А., Шестоперов А.М. <http://www.vechnayamolodost.ru/pages/biznazam/krizimalbiz64.html>
4. Малый бизнес Томской области. Некоммерческая организация Фонд «Агентство развития Томской области», 2002.
5. Марковская В.В., Петрова О.В. Влияние мирового кризиса на инновационную деятельность предприятий. http://varkentin.info/index.php?option=com_content&view=article&
6. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Томской области. Деятельность малых предприятий Томской области за январь-декабрь 2008 года (без микропредприятий).
7. Администрация Томской области. Постановление №232а от 25.11.2010 г. Об утверждении долгосрочной целевой программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Томской области на период 2011-2014 годов»
8. Резиденты бизнес-инкубатора. Малые предприятия. Молодежные команды | Бизнес-инкубатор ТГУ. <http://incubator.tsu.ru/node/20>

УДК 338.24

ББК 65.9

РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТРАСЛЕВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Н.В. Зубкова

Институт менеджмента, маркетинга и финансов, г. Воронеж

Конец XX – начало XXI вв. – время заметных отраслевых сдвигов в структуре мирового хозяйства.

В промышленно развитых странах наступил этап постиндустриального развития, существенно возросла доля сферы услуг и уменьшилась доля первичного и вторичного секторов. Промышленно развитые страны играют ведущую роль в мировой экономике. Их доля в мировом валовом продукте составляет более 54%, а доля в мировом экспорте – более 70%. Среди промышленно развитых стран наиболее важную роль играют США, Канада, Германия, Великобритания, Франция, Италия, Япония. Они обеспечивают 47% мирового валового продукта и 51% мирового экспорта.

Развитые страны являются главными потребителями топливно-энергетических и сырьевых товаров, составляющих основу российского экспорта. В свою очередь, страны Западной Европы, США и Япония сохраняют роль основных поставщиков современного оборудования и передовой технологии, продовольственных товаров, медикаментов и другой готовой продукции, необходимой для российской экономики.

Сегодня в России основным приоритетом развития на основе отраслевого подхода выбран базовый вид экономической деятельности – промышленность.

Доля промышленности в ВВП России – 37% (2009 год) [5]. Доля занятого населения в промышленности – 31,9% (2008 год) [5].

Доля обрабатывающих производств в российском промышленном производстве в 2007 году составляла 66% [5]. Объём валовой добавленной стоимости в обрабатывающих производствах – 5,1 трлн руб. (2009 г.) [5]. Объём продукции в обрабатывающих производствах – 13,6 трлн рублей (2009 г.) [5]. Инвестиции в основной капитал в обрабатывающих производствах – 1,37 трлн рублей (2008 г.) [5].

Средняя начисленная заработная плата в обрабатывающих производствах — 18297 руб/мес (март 2010) [6]. В 2008 году среднегодовая численность занятых в обрабатывающих производствах России составляла 11,2 млн человек [5].

По итогам первого квартала 2010 года, по темпам роста промышленного производства (5,8%) Россия вышла на 2-е место среди стран «большой восьмёрки», уступив только Японии [5].

В России ведутся работы по созданию обновленного облика российской промышленности.

По итогам 2010 года производство в обрабатывающих секторах выросло на 11,8%. При этом производство транспортных средств и оборудования выросло на 32,2%, производство машин и оборудования на 19,3%, производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования на 15,6% [4].

По данным Министра промышленности и торговли Российской Федерации, доля легковых автомобилей, произведенных в России, в 2010 году более чем вдвое превысила объем продаж импортных (январь-декабрь: 67,7% российское производство (в 2009 году – 50,5%), 32,3% – импорт). Ситуацию на рынке удалось переломить благодаря программам льготного кредитования и утилизации старых автомобилей. Это стало возможным благодаря сочетанию адресной поддержки предприятий и последовательности государственной политики при реализации соглашений по «промсборке». По итогам 2010 года рынок легковых автомобилей вырос на 31,4%, практически достигнув отметки в 1,9 млн. штук (1,87 млн. штук). Одновременно произошел 2-кратный рост производства легковых автомобилей в России (1,2 млн. штук).

Рынок грузовых автомобилей по итогам 2010 года вырос на 83,6% (92,9 тыс. штук). Рост в первую очередь опирался на программу госзакупок. В результате отечественные производители удержали доминирующее положение.

В период кризиса были предприняты все необходимые меры, чтобы поддержать отрасль сельхозмашиностроения. В результате удалось избежать необратимых последствий и создать условия для импортозамещения.

Вместе с оживлением рынка мы наблюдаем рост производства по ряду видов сельскохозяйственной техники. В частности, в 2010 году с/х тракторов выпущено на 23% больше, чем в 2009 [4].

На условиях государственно-частного партнерства реализуется целый ряд проектов по созданию новой техники:

- Создан и запущен в производство комбайн 6 поколения («Ростсельмаш»). В 2009 году стартовало серийное производство под маркой «TORUM». Выпущено 237 комбайна на сумму около 1,3 млрд. рублей.

- В 2010 году выпущена опытно-промышленная партия тракторов 5 класса («Промтрактор»). В период до 2012 года планируется продать продукции на сумму до 2 млрд. рублей.

- Создается новое семейство дизельных двигателей («ЧТЗ-Уралтрак») и сельскохозяйственных тракторов («Агротехмаш»). В целом, в течение четырех лет на создание перспективных образцов сельхозтехники государством направлено более 1 млрд. рублей.

Впечатляющие показатели по итогам 2010 года продемонстрировал целый ряд других высокотехнологичных отраслей. Объем производства в судостроительной промышленности в 2010 году увеличился на 7,8%, в радиоэлектронном комплексе рост составил 14,1%. В целом по авиационной промышленности производство выросло на 11,3% [4]. В передовиках: военная продукция, вертолетостроение, двигателестроение. В 2010 году выпуск гражданских и военных самолетов составил 73 штуки. В прошлом году выпущено 214 вертолетов, из них более половины – на экспорт. Произведено 482 авиационных двигателя и 95 наземных газотурбинных двигателя. В 2011 году предусматривается дальнейший рост производства [4].

Характеризуя оборонно-промышленный комплекс, можно подвести положительные итоги отраслевой реформы оборонно-промышленного комплекса.

В ОПК создано более 50 интегрированных структур. Это основной научно-промышленный потенциал и около 60% продукции комплекса. Всего таких компаний будет около 70 (с учетом холдингов в составе Госкорпорации «Ростехнологии») [4]. К 2015 году в них будет сосредоточен практически весь основной объем выпускаемой ОПК продукции. В 2010 году объем промышленной продукции ОПК увеличился на 13%. С 2007 года этот показатель вырос в 1,4 раза.

По итогам года инвестиции в основной капитал за счет всех источников финансирования выросли на 9,4%. При этом основной объем инвестиций (более 75%) идет на приобретение нового оборудования. В 2010 году достигнут впечатляющий рост производительности труда – 17% [4].

За два года объем господдержки стратегических организаций ОПК составил около 220 млрд. руб. Это позволило предприятиям стабилизировать показатели, повысить эффективность, обеспечить выполнение производственных программ.

Формирование конкурентоспособного облика ОПК связано, прежде всего, с реализацией новой Программы развития на 2011-2020 годы. Эта программа синхронизирована с утвержденной Госпрограммой вооружений и, фактически, является ее первой производной.

В целом ряде отраслей промышленности складываются международные альянсы, российские предприятия включаются в глобальные цепочки кооперации. В этих условиях необходимо уделять больше внимания международному сотрудничеству в образовании – развитию программ обмена, организации совместных исследований и разработок, формированию системы стажировок на предприятиях. Поскольку это означает включение России в процессы глобальной инженерной среды [4].

Создание Таможенного союза превратило является важнейшим элементом новой промышленной политики.

К 2012 году в Таможенном союзе должна быть сформирована единая система техрегулирования. Для этого тремя сторонами подписано Соглашение «О единых принципах и правилах технического регулирования». На повестке дня – ратификация Соглашения парламентами России, Белоруссии и Казахстана.

Оно предусматривает передачу ряда полномочий наднациональному органу – Комиссии таможенного союза. К Комиссии переходит право утверждения единых технических регламентов Таможенного союза.

На сегодняшний день утверждены:

- План мероприятий по реализации Соглашения.
- Положение о порядке разработки, принятия, внесения изменений и отмены технического регламента Таможенного союза.
- Единый перечень продукции, в отношении которой устанавливаются обязательные требования в рамках Таможенного союза.
- График разработки первоочередных технических регламентов Таможенного союза, в соответствии с которым до 1 января 2012 года предусмотрена разработка 47 технических регламентов Таможенного союза. Минпромторг России является ответственным за разработку 11 из них.
- Кроме того, разработан проект Стратегии развития единой системы технического регулирования, применения санитарных, ветеринарных и фитосанитарных мер Таможенного союза на 2011-2015 годы.

В 2010 году приоритеты промышленной политики отчетливо сместились от антикризисного пакета мер к стимулированию инноваций. В результате в России не только сохранены существующие, но и сформированы новые «зоны роста».

В конце 2010 года утверждена Стратегия развития тяжелого машиностроения до 2020 года. В начале 2011 года – Стратегия развития энергомашиностроения на 2010-2020 годы и на перспективу до 2030 года.

Таким образом, в начале 2011 года была запущена реализация ряда взаимосвязанных программ развития, которые формируют облик машиностроения на десятилетие вперед.

Особое значение в механизмах регулирования отраслевого развития должно быть уделено налоговому регулированию.

Механизм налогового регулирования отраслевого развития реализуется через повышение или понижение налоговых ставок, их дифференциацию для различных категорий налогоплательщиков, изменение периодичности уплаты налогов, предоставление налоговых льгот и др.

В 2010-2012 гг. приоритетами Правительства РФ в налоговой политике остаются базовые цели, направленные на преодоление негативных последствий экономического кризиса и создание необходимых условий для восстановления положительных темпов развития экономики в целом и в отдельных отраслях.

С 01.01.2010 осуществлена замена ЕСН страховыми взносами в Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, в фонды обязательного медицинского страхования [2]. Однако действие данного Закона не распространяется на взносы на обязательное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, а также на обязательное медицинское страхование неработающего населения. Уплата указанных взносов регулируется специальными федеральными законами.

Новым Федеральным законом от 05.04.2010 N41-ФЗ внесены следующие изменения в НК РФ:

- дополнена ст. 146, согласно которой не признается объектом налогообложения НДС выполнение работ (услуг), связанных с мероприятиями по увеличению занятости на рынке труда субъектов РФ по решению Правительства РФ;

- дополнена гл. 25 положениями, регулирующими налогообложение выплат за счет средств бюджетов, связанных с содействием samozанятости безработных граждан и стимулированием создания дополнительных рабочих мест, включая организации, применяющие упрощенную систему налогообложения;

- внесены изменения в ст. 152, регулиующую налогообложение при перемещении товаров через таможенную границу РФ без таможенного контроля. Взимание налога будет производиться в соответствии с международными договорами начиная со II квартала 2010 г. (п. 3 ст. 4 Федерального закона N318-ФЗ);

- повышены с 01.01.2010 в соответствии с Федеральным законом от 28.11.2009 N282-ФЗ (ст. 193 НК РФ) ставки акцизов на алкогольную продукцию (с объемом долей этилового спирта до 9%) в среднем на 20%, на табак и некоторые табачные изделия на 40%, на пиво (с объемом долей спирта от 0,5 до 8,6%) в 3 раза [1].

Особое внимание уделено Федеральному закону от 26.07.2006 N135-ФЗ (в ред. от 05.04.2010) "О защите конкуренции". Согласно этому Закону запрещаются действия хозяйствующего субъекта, занимающего на рынке доминирующее положение, направленные на устранение или ущемление интересов других лиц; установление монопольно высокой (низкой) цены товара; создание препятствий к доступу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектом; нарушение порядка ценообразования, установленного нормативными правовыми актами.

В развитие этого Закона утверждена Распоряжением Правительства РФ от 19.05.2009 N691-р Программа развития конкуренции в РФ до 2012 г., которая

определяет конкурентную политику как комплекс мер, осуществляемых государством для обеспечения условий повышения конкурентоспособности российской экономики, модернизации предприятий и решения задач по улучшению конкурентной среды за счет сокращения необоснованных внутренних и внешнеторговых барьеров, развития транспортной, информационной, финансовой, энергетической инфраструктуры, совершенствования антимонопольного регулирования в отдельных отраслях.

Особое внимание в регулировании отраслевого развития экономики России приходится на государственную поддержку отдельных отраслей. Так, Постановлением Правительства РФ от 31.03.2010 N202 определено предоставление в 2010 г. субсидий организациям оборонно-промышленного комплекса, которые являются исполнителями государственного оборонного заказа. Этим Постановлением установлены порядок и условия предоставления в 2010 г. указанным организациям субсидий на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в 2008-2010 гг. в российских кредитных организациях и Внешэкономбанке на мероприятия по основной деятельности. К условиям предоставления субсидий относятся:

- целевое использование кредитных средств;
- превышение процентных ставок по кредитам ставки рефинансирования Банка России на дату предоставления кредита.

Решение о предоставлении субсидии принимается межотраслевой комиссией, формируемой Минпромторгом России.

Условия предоставления субсидий определены Постановлением Правительства РФ от 09.04.2010 N218. Такие субсидии предоставляются на конкурсной основе организациям, реализующим комплексные проекты по созданию высокотехнологичных производств, научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, включая российские вузы. При этом на реализацию проекта направляются и собственные средства в размере 100% объема субсидии. Не менее 20% указанных средств должно направляться на НИОКР. Субсидии выделяются на конкурсной основе на срок от одного года до трех лет в объеме 100 млн руб. в год для финансирования соответствующих работ.

Таким образом, преодоление последствий экономического кризиса в России связано, главным образом, с государственной финансовой поддержкой и воздействием на отраслевую структуру промышленности.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс РФ (часть вторая): Федеральный закон от 05.08.2000 N117-ФЗ.
2. О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования: Федеральный закон от 24.07.2009 N212-ФЗ.

3. "Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2011 год и на плановый период 2012 и 2013 годов" (одобрено Правительством РФ 20.05.2010).

4. Тезисы выступления заместителя министра промышленности и торговли Российской Федерации А.В. Дементьева на «Правительственном часе» в Государственной думе

5. Материал из Википедии – свободной энциклопедии: <http://wiktionary.org>

УДК 332.142.4

**ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ НА ЭТАПЕ
РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬТЕРНАТИВ
ДИВЕРСИФИКАЦИИ ЭКОНОМИКИ МОНОГОРОДА ЮРГА**

О.П. Иванова, И.С. Антонова

*Институт повышения квалификации и профессиональной переподготовки
кадров, г. Кемерово,*

*Национальный исследовательский Томский политехнический
университет ТПУ*

В статье рассматриваются способы определения приоритетных направлений диверсификации экономики моногорода в контексте алгоритма разработки и реализации направлений диверсификации экономики моногорода. Авторы подчеркивают особое значение привлечения инвестиций в разрабатываемые направления диверсификации, в связи с чем предлагается применение показателя инвестиционного потенциала моногорода в целях определения приоритетных направлений диверсификации экономики моногорода.

Решение о диверсификации экономики моногорода представляет собой, с одной стороны, определенный этап в процессе принятия управленческого решения по поводу выбора стратегического направления развития моногорода, с другой, – требует разработки и реализации конкретных направлений диверсификации экономики моногорода. В данной статье предлагается сконцентрировать внимание именно на алгоритме разработки и реализации направлений диверсификации экономики моногорода при условии, что решение о диверсификации уже принято. Тогда предлагаются следующие этапы алгоритма разработки и реализации направлений диверсификации экономики моногорода: постановка цели и задач; анализ внешней и внутренней среды моногорода; поиск и анализ стратегических альтернатив; определение критериев оценки альтернатив; подготовка и экономическое обоснование проектов диверсификации; отбор проектов; реализация программы диверсификации; оценка эффективности; разработка предложений по корректировке программы диверсификации экономики моногорода.

Целью этапа *поиска и анализа стратегических альтернатив диверсификации экономики моногорода* является определение приоритетных направлений диверсификации экономики моногорода, в связи с чем задачами являются выявление конкурентных преимуществ моногорода на основе выделенных потенциалов и ограничений развития экономики моногорода; определение возможных стратегических альтернатив диверсификации экономики моногорода; оп-

ределение приоритетности реализации каждого из выделенных стратегических альтернатив диверсификации экономики моногорода. Инструменты реализации поставленных задач – анализ, сравнение, сопоставление выявленных потенциалов и ограничений развития экономики моногорода, синтез полученных конкурентных преимуществ для определения альтернатив диверсификации экономики моногорода.

Поскольку специфика моногорода такова, что основой его экономической деятельности является градообразующее предприятие, то процесс разработки стратегических альтернатив должен проходить по двум направлениям:

1) разработка стратегических направлений развития существующих производств, в том числе градообразующего предприятия, которые могут состоять в диверсификации, модернизации или ликвидации действующих предприятий моногорода;

2) разработка направлений диверсификации экономики моногорода.

Исследование теоретических основ и практики диверсификации предприятий достаточно широко представлено как в зарубежной, так и в отечественной литературе. В наиболее общем виде основными этапами в процессе разработки стратегических направлений развития предприятия являются: постановка цели и задач диверсификации; обоснование необходимости диверсификации; подготовка проекта по диверсификации; экономическое обоснование проектов по диверсификации предприятия; выбор проекта по диверсификации; реализация проекта по диверсификации; контроль и оценка эффективности проекта по диверсификации предприятия. То есть разработка и выбор альтернатив диверсификации осуществляется на основе разработки проектов диверсификации, обосновывающих использование инвестиций. Инвестиционный проект по диверсификации или модернизации градообразующего предприятия, в свою очередь, должен учитываться при анализе прочих инвестиционных проектов по диверсификации экономики моногорода как источник синергетического эффекта.

Разработка направлений диверсификации экономики моногорода (помимо диверсификации градообразующего предприятия) базируется на определении конкурентных преимуществ моногорода и анализе проблем их реализации на основе оценки потенциалов и ограничений развития моногорода. В свою очередь, определение конкурентных преимуществ позволяет определить приоритетные направления диверсификации экономики моногорода и оценить их согласованность с приоритетными направлениями развития регионов и страны.

Определение приоритетных направлений диверсификации экономики моногорода в данном случае рассматривается как выбор тех отраслей и сфер экономики, которые наибольшим образом отвечают целям устойчивого развития моногорода. Проанализируем возможность использования существующих методик для целей определения приоритетных направлений диверсификации экономики моногорода. Все методики определения приоритетов регионального (городского) развития можно подразделить на количественные и качественные. В основе первых из них лежат показатели, имеющие количественное измере-

ние. Для определения приоритетов развития региона теоретически обоснованы и применяются следующие количественные показатели и методики:

1. Коэффициент локализации, коэффициент душевого производства, коэффициент межрегиональной товарности, показатель индексного метода определения специализации района, представленные в [2, с. 127]. Данные показатели позволяют выделить отрасль специализации региона. Использовать данные показатели для анализа экономики моногорода не имеет смысла, поскольку отрасль специализации очевидна и представлена градообразующим предприятием. Соответственно выделение такой отрасли в качестве приоритетной приведет к поддержке только градообразующего предприятия, что не решит поставленной цели устойчивого развития экономики моногорода.

2. Валовая добавленная стоимость, создаваемая отраслью. Указанный показатель определяется на основе суммы прибыли предприятий, заработной платы работников, налоговых платежей или социально-экономических результатов инвестиционной деятельности [1, с. 46; 4]. Недостатком данного показателя является то, что отсутствие накопленных данных по различным отраслям не позволит определить приоритетные отрасли развития моногорода.

3. Двухступенчатая методика определения приоритетов развития региональной системы на основе экспертных оценок, предложенная Спицыным В.В. в [3, с. 81-95], включает этап определения внешних приоритетов развития и приоритетов саморазвития. Данная методика рассчитана на регионы с диверсифицированной экономикой, поэтому основной критерий предварительного отбора отраслей, которые могут претендовать на роль приоритетов регионального развития, определен как отношение валовой добавленной стоимости, создаваемой отраслью к стоимости основных фондов в отрасли региона, также нельзя применить. Данное обстоятельство можно объяснить тем, что моногорода по определению не имеют такого разнообразия существующих отраслей, поэтому приоритетные направления диверсификации экономики моногорода – это выбор развития возможных и наиболее перспективных отраслей и сфер экономики с позиции их влияния на устойчивое развитие моногорода и уровень благосостояния населения.

Анализ методик определения приоритетов развития города показывает, что количественные показатели не имеет смысла использовать для целей определения приоритетов диверсификации экономики моногорода. Количественные показатели и методики предполагают применение данных о существующих в городе отраслях и сферах экономики, тогда как процесс диверсификации экономики моногорода предполагает развитие, прежде всего, новых отраслей и сфер экономики, данных о которых не существует.

Таким образом, определение приоритетных направлений диверсификации экономики моногорода на этапе разработки стратегических альтернатив предлагается проводить в следующем порядке:

1) выделение конкурентных преимуществ новых направлений развития моногорода и проблем их реализации исходя из существующего потенциала и ограничений развития моногорода;

2) определение стратегического направления развития градообразующего предприятия;

3) заключение о стратегических перспективах развития существующего малого бизнеса;

4) определение приоритетных направлений развития страны, региона;

5) определение приоритетных направлений диверсификации экономики моногорода на основе сопоставления конкурентных преимуществ, ограничений развития моногорода и приоритетных направлений развития региона и страны.

Результаты данного этапа позволят разработать требования, выдвигаемые для подготовки и отбора инвестиционных проектов по диверсификации экономики моногорода.

Разработка направлений диверсификации экономики моногорода не имеет смысла без воплощения последней в жизнь. Реализация разработанных проектов требует привлечения инвестиций для осуществления намеченных целей и задач. Это представляется ключевой проблемой развития экономики моногорода на основе диверсификации его экономики. В связи с чем уже на этапе определения приоритетов развития моногорода предлагается применение методики оценки инвестиционной привлекательности проектов диверсификации экономики моногорода, составной частью которой является показатель инвестиционного потенциала моногорода. Инвестиционный потенциал моногорода предлагается оценивать с позиций производственного, инфраструктурного, потребительского, трудового, инновационного и институционального потенциала моногорода для реализации проектов диверсификации экономики.

В целях определения приоритетного направления диверсификации экономики моногорода используем результаты балльной оценки инвестиционного потенциала моногорода по каждому из входящих в данный показатель видов инвестиционного потенциала (рисунок 1), причем учтем различную значимость различных показателей для венчурного и стратегического инвесторов. Выбор венчурного инвестора обусловлен, прежде всего, тем, что он готов принять на себя высокие риски инвестирования средств в моногород, однако данный инвестор ориентирован на проекты с высокой степенью инновационности. Стратегический инвестор, напротив, более склонен инвестировать средства в существующие, доказавшие свою надежность предприятия. Такого инвестора можно привлечь к инвестированию проектов диверсификации градообразующего предприятия.

Анализ результатов проведенной оценки инвестиционного потенциала моногорода Юрга позволяет сделать вывод о значительном инновационном потенциале, накопленном моногородом. Таким образом, в качестве приоритетного направления диверсификации экономики моногорода предлагается выделить наукоемкое производство. Причем учитывая отраслевой состав города и накопленный трудовой потенциал в отрасли машиностроения, а также строительства, приоритетным направлением диверсификации экономики моногорода Юрга должно стать именно наукоемкое машиностроение и отрасль производства строительных материалов.

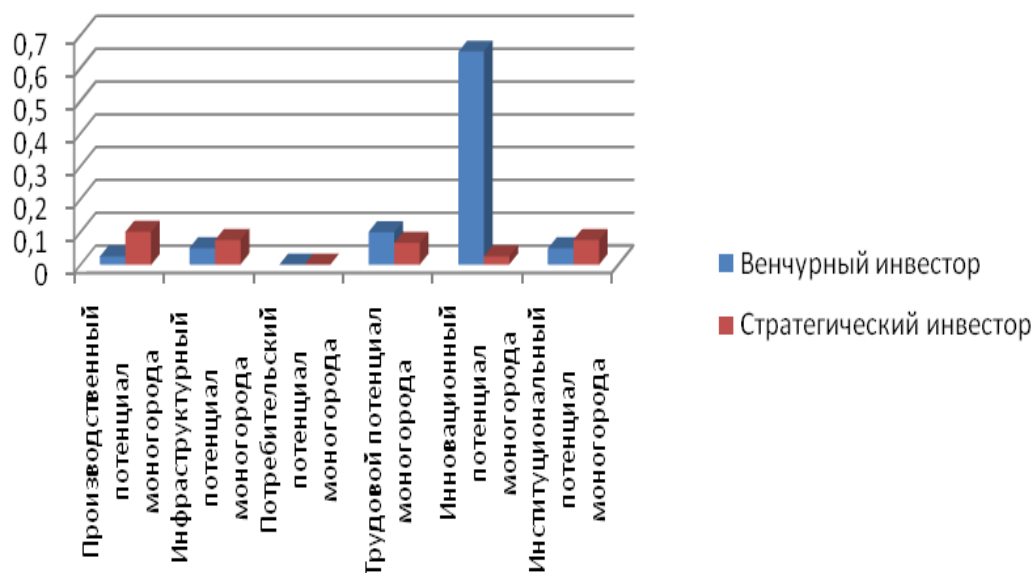


Рис. 1. Оценка инвестиционного потенциала моногорода для венчурного и стратегического инвестора

С другой стороны, для венчурного инвестора, в конечном счете, наибольшее значение имеет инновационность непосредственно проекта, в связи с чем для привлечения инвестора требуется разработать и довести до потенциального венчурного инвестора инновационные проекты с высочайшей нормой доходности в случае с принятием высоких рисков по их реализации. В данной связи на территории города создан инновационный бизнес-инкубатор «Юрга-Технологии-Инновации», созданный еще в 2007 году. Однако данный инкубатор не выполняет на сегодняшний день возложенных на него функций. Таким образом, мероприятия по активации разработки инновационных проектов, а также по поиску потенциальных инвесторов в выделенных отраслях позволят реализовать программу диверсификации экономики моногорода Юрга.

Библиографический список

1. Бортон М. Государственная поддержка: методика отбора предприятий // Инвестиции в России. – 2000. – №4. – С. 45-48.
2. Региональная экономика: Учебник для экономических специальностей вузов / Под ред. Т.Г. Морозовой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНТА-ДАНА, 2009. – 527 с.
3. Спицын В.В. Приоритеты и механизмы инвестиционной деятельности в регионе / В.В. Спицын. – Томск: Изд-во ТПУ, 2008. – 179 с.
4. Формирование комплексных программ социально-экономического развития муниципальных образований: Учебно-методическое пособие / В.И. Иванков, А.В. Квашнин, В.И. Писарев, Т.В. Писарева. Под общ. ред. Т.В. Писаревой. – Новосибирск, 2005. – 344 с.

ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ: ОТ ДОБЫЧИ НЕФТИ К ЕЕ ПЕРЕРАБОТКЕ*Д.С. Карелина**Томский государственный университет*

Типичный пример российского региона – Томская область, в которой доля топливного сектора составляет почти четверть региональной экономики. По данным Федеральной службы государственной статистики, основную часть ВРП области составляет добыча полезных ископаемых (22,3% ВРП), главным образом, энергетических полезных ископаемых. При этом меньшая доля ВРП приходится на финансовую деятельность (0%) и на предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (1,2% ВРП).

После экономического кризиса многие, в том числе и высокопоставленные чиновники, не раз размышляли на тему того, что сырьевая направленность экономики страны приводит к тому, что остальные отрасли производства фактически не развиваются. Экономика России зависима от цен на «черное золото», и, как только цены на нефть начинают падать, замечается спад экономической активности в стране.

Проблема многих стран, богатых нефтью, состоит в том, что, используя свои ресурсы, правительства стран так и не смогли обеспечить долговременный экономический рост и высокий уровень жизни населения. Это явление получило в мировой литературе название «проклятие природных ресурсов». Причем данное «ресурсное проклятие» происходит не от обилия ресурсов, а от неправильного использования доходов от их добычи.

В годы перед экономическим кризисом цены на нефть достигали высоких отметок, однако вырученные деньги не шли на цели обновления оборудования или строительство мощных нефтеперерабатывающих заводов (далее – НПЗ), в то время когда для этого были все возможности.

Уже сейчас нужно задумываться о развитии смежных областей экономики, чтобы обеспечить стабильное будущее для нового поколения томичей.

Фактически в бюджет Томской области доходы от добытой нефти не поступают. Согласно ст. 50 Бюджетного кодекса РФ, 100% налога на добычу полезных ископаемых в виде углеводородного сырья идут в федеральный бюджет. Нужно развивать перерабатывающее производство, чтобы большая часть прибыли от добычи нефти могла оставаться непосредственно в регионе.

Добывая ежегодно около 460-480 миллионов тонн сырой нефти, Россия перерабатывает из них не более 280 миллионов. Однако глубокая переработка нефти – прибыльный и надежный бизнес. Он процветает не только в Европе или Америке, но и, например, в Индии. Эта страна практически не имеет собственных нефтяных месторождений. Индийцы покупают сырую нефть за границей, затем перерабатывают ее на высокотехнологичных НПЗ. Примерно половину полученных нефтепродуктов используют сами, остальные продают обратно за рубеж. Экспорт нефтепродуктов составляет около 17 процентов в общем объеме индийской внешней торговли. В денежном выражении это примерно 25 миллиардов долларов ежегодно.

В настоящее время в Сибирском федеральном округе находится всего 4 НПЗ: Омский, Ачинский, Ангарский и Томский. Томский НПЗ имеет выгодное месторасположение с транспортными сетями и непосредственно нефтепроводами, однако производственные мощности намного меньше остальных НПЗ Сибири. Например, Ачинский НПЗ может переработать около 7 млн. тонн нефти в год, в то время как Томский НПЗ перерабатывает только 1,5 млн. тонн.

Строительство мощного НПЗ позволило бы перерабатывать добытую нефть непосредственно в пределах Томской области при минимальных транспортных издержках. Новый НПЗ позволил бы создать новые рабочие места для населения, увеличить доходы бюджета субъекта в части налоговых доходов, а самое важное – позволил бы производить качественные нефтяные продукты с целью последующей реализации, в том числе за границу.

На место такого завода претендует Западно-Сибирский НПЗ, который некоторое время назад приобрел 100 га земли в Октябрьском районе Томска для строительства НПЗ и планирует выйти на проектную мощность в 2015 году.

Еще одно из перспективных направлений нефтегазовой отрасли в Томской области – утилизация попутного газа. Попутный газ – это газ, существующий с нефтью, он растворен в ней. При добыче нефти газ отделяется и либо сжигается в факеле, либо перерабатывается. Ежегодно в мире в факелах сжигается около 100 млрд кубических метра газа – около 3% мировой валовой добычи. Одна из основных задач – не допустить потерь газа, связанных с неподготовленностью инфраструктуры нефтедобывающих компаний для его сбора, подготовки, транспортировки и переработки, а также отсутствием потребителя.

В настоящее время государство стало больше внимания уделять данной проблеме, ведь попутный газ – это ценное нефтехимическое сырье. Под утилизацией попутного газа подразумевается процесс его сбора, подготовки, транспортировки и переработки на газоперерабатывающих заводах, а также использование для технологических нужд непосредственно на промыслах при добыче и подготовке нефти. Лишь 26% добытого попутного газа в России перерабатывается. В то время как область использования данного газа довольно велика: попутный газ можно закачивать в пласт для поддержания нефтедобычи, можно использовать для производства электроэнергии для собственных нужд или реализации на энергетическом рынке, возможно применение попутного газа для химии и нефтегазохимии, можно перерабатывать его в жидкое топливо. Таким образом, используя попутный газ, можно получить дополнительную прибыль, либо сокращение текущих издержек предприятия, добывающего нефть.

В Томской области существует проект возведения завода по сжижению и переработке попутного газа в г. Кедровом, одном из нефтедобывающих городов области, который находится на Лугинецком месторождении. Наличие круглогодичной магистрали до Бакчара, а оттуда до Томска позволит реализовать данный проект. В городе появится высокотехнологичное производство, на котором будет трудиться несколько сотен человек с хорошей заработной платой, вырастет численность населения, повысится уровень жизни в целом.

Нефтяную направленность Томской области вряд ли возможно преодолеть, однако возможно превратить существующие минусы в плюсы. Строительство

нового мощного НПЗ в пределах Томской области позволило бы решить проблемы занятости населения, увеличить доходы бюджета субъекта, а также производить качественный нефтяной продукт в непосредственной близости от месторождений нефти. Еще одно из перспективных направлений с целью получения дополнительной прибыли нефтедобывающих компаний – утилизация попутного газа, кроме того данная процедура поможет решить и ряд экологических проблем, которые присущи районам добычи нефти.

Библиографический список

1. Брагинский О.Б. Цены на нефть: история, прогноз, влияние на экономику / О.Б. Брагинский. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.chem.msu.su/rus/jvho/2008-6/25.pdf>, свободный.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации: принят ГД ФС РФ 17.07.1998 // Консультант плюс.
3. Долинский С. Утилизация «в законе». Опыт Норвегии / С. Долинский // Энергосинтоп. 2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.energосyntop.com/texts/38/>, свободный.
4. Утилизация и использование попутного нефтяного газа. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nedraproekt.com/ru/gas-utilization/>, свободный.
5. ФедералПресс: российское информационное агентство. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fedpress.ru/>, свободный.
6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный.

УДК 332.1

ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРА В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Н.И. Клепикова

Горно-Алтайский государственный университет

В современных экономических условиях повышение конкурентоспособности является одной из основных стратегических целей как для предприятия, так и для региона.

Одним из способов достижения данной цели является реализация кластерной политики, которая позволяет обеспечить высокие темпы экономического роста за счет повышения эффективности взаимодействия участников кластера.

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. №1662-р, одним из направлений перехода к инновационному социально ориентированному типу экономического развития было обозначено создание сети территориально-производственных кластеров, реализующих конкурентный потенциал территорий.

В настоящее время кластерный подход к региональному развитию становится одним из базовых методов реализации государственной экономической

политики, наиболее действенным и адекватным рыночным механизмом, инструментом поддержки национального бизнеса в глобальной конкуренции. В России необходимо проведение кластерной политики, так как ее потенциал позволяет сконцентрироваться на решении ряда острых проблем российской экономики [1, с. 77]:

- во-первых, при проведении кластерной политики во главу угла ставится развитие конкурентного рынка, поддержание конкуренции как движущей силы повышения конкурентоспособности компаний. Экономика России в настоящее время отличается высокой монополизацией региональных и локальных рынков, что снижает общую конкурентоспособность. При этом государственные инициативы в кластерной политике ориентированы, в первую очередь, на поддержку сильных и креативных компаний и создании благоприятной среды, в которой и более слабые компании могли бы повышать свою конкурентоспособность.

- во-вторых, кластерная политика уделяет ключевое внимание микроэкономике – анализу местных рынков и компаний на базе не наследуемых (природные ресурсы и т.п.), а, прежде всего, создаваемых факторов производства (высококвалифицированная рабочая сила, доступная инфраструктура и т.д.). Сейчас, когда российская экономика достигла макроэкономической стабильности, экономическая политика государства для достижения устойчивого роста экономики в долгосрочной перспективе должна быть более дифференцированной и в большей степени ориентироваться на изучении барьеров для развития и стимулирования отраслей и компаний именно на региональном уровне. Микроэкономический подход в кластерной политике позволяет учитывать местные особенности развития и выработать эффективные адресные программы по ускорению развития и повышению конкурентоспособности компаний.

- в-третьих, проведение кластерной политики базируется на организации взаимодействия между органами государственной власти и местного самоуправления, бизнесом и научно-образовательными учреждениями для координации усилий по повышению инновационности производства и сферы услуг, что способствует взаимному совершенствованию и повышению эффективности в работе.

- в-четвертых, реализация кластерной политики направлена на стимулирование развития и повышение инновационного потенциала в первую очередь малого и среднего бизнеса, который в российской экономике развит пока слабо по сравнению с развитыми и развивающимися странами. Именно малые и средние предприятия формируют в основной массе кластеры и кластерные инициативы – главные объекты проведения кластерной политики.

В большинстве регионов повышается интерес к кластерной политике как эффективному инструменту конкурентоспособности. Так, в лаборатории конкурентоспособности и кластерных инициатив Астраханского государственного университета было проведено исследование стратегий развития всех российских регионов. В результате исследования было выявлено, что в большинстве российских регионов (86,3%) разработаны или в настоящий момент разрабаты-

ваются стратегии социально-экономического развития. Анализ сроков реализации стратегии выявил, что практически все регионы (89,9%) имеют долгосрочную стратегию развития, что позволяет говорить о наличии предпосылок для разработки эффективной кластерной политики, поскольку ее проведение возможно только в долгосрочной перспективе. Кроме того, в 85,9% проанализированных стратегий упоминается термин «кластер» как инструмент повышения уровня социально-экономического развития и конкурентоспособности региона.

В настоящее время осуществлением кластерной политики занимается Министерство экономического развития Российской Федерации. Министерством разработаны рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации, Приказом от 16 июля 2009 г. №277 создана Межведомственная рабочая группа по выработке государственной политики в сфере развития предпринимательской деятельности в территориальных кластерах. В состав этой комиссии вошли представители всех регионов России, представители Минэкономразвития, госучреждений, вузов и консалтинговых компаний.

На первом заседании Межведомственной рабочей группы были определены основные направления деятельности, а именно [2]:

1. Разработка предложений по развитию механизмов поддержки кластерных инновационных и инвестиционных проектов в рамках бюджетных программ, деятельности государственных институтов развития и международных организаций.

2. Распространение лучшей практики формирования в субъектах Российской Федерации механизмов поддержки развития территориальных кластеров, создание объектов инновационной инфраструктуры.

3. Развитие горизонтальных сетевых связей между руководителями и специалистами подразделений региональных администраций, отвечающих за проведение кластерной и инновационной политики, представителями государственных институтов развития, инвестиционных институтов и объединений предпринимателей, а также организаций, обеспечивающих развитие инновационной инфраструктуры, исследовательских центров.

На заседании также было рекомендовано субъектам РФ обеспечить реализацию мероприятий, связанных с развитием территориальных кластеров, в том числе созданием центров кластерного развития. На сайте Министерства экономического развития РФ размещена база данных кластеров, сформированная на основе материалов, предоставленных региональными органами власти. В базе данных отражены более 200 кластеров.

Исходя из проводимой политики Правительства РФ можно сделать вывод, что реализация кластерных инициатив является одним из перспективных и приоритетных направлений региональной политики.

По своему потенциалу и структуре кластерная политика является именно тем комплексом мероприятий, который может способствовать решению главной задачи: повышению конкурентоспособности российской экономики через развитие конкурентоспособных рынков, повышение инновационности различных отраслей экономики, ускоренное развитие малого и среднего бизнеса,

стимулированию инициативы на местах и активизации взаимодействия между государством, бизнесом и научным сообществом [1, с. 79].

Предлагаем следующие этапы формирования кластера в региональной экономике (рис. 1):



Рис. 1. Этапы формирования кластера в региональной экономике

На *первом этапе* необходимо определить, сложились ли исторически такие обстоятельства, как наличие природных ресурсов, научно-исследовательских институтов, предприятий, расположенных в непосредственной географической близости друг от друга.

По мнению многих исследователей, создание кластера без имеющихся предпосылок – неправильный путь экономического развития региона.

Так, Н.А. Корчагина считает, что политика, направленная на «создание кластера с нуля», представляет собой крайне опасный вариант проведения поли-

тики регионального развития, так как в данном случае только органы власти определяют категорию кластера или отрасли, представляющихся стратегически наиболее важными с точки зрения экономического развития региона. При таком раскладе приоритетными видятся высокотехнологичные отрасли, и многие регионы, не имеющие соответствующих конкурентных преимуществ, начинают конкурировать за ограниченное количество доступных в отрасли мест. Соответственно, в таких условиях конкуренция между регионами будет определяться объемами финансовой поддержки, предоставляемой компаниям, а не присущими особенностями данных видов деятельности. Наиболее эффективным путем проведения кластерной политики является «активация кластера».

Активация кластера представляет собой «расшировку узких мест», препятствующих повышению производительности и внедрению инноваций в рамках кластера, посредством повышения способности участников кластера к совместным действиям. В основе этого подхода лежит модель экономического развития, подразумевающая, что кластер эволюционирует во времени в зависимости от состояния окружающей бизнес среды, текущей структуры и уровня развития других кластеров в регионе, а также других факторов, определяемых местоположением и историческими предпосылками. Совместные действия могут способствовать ходу этого эволюционного процесса путем улучшения бизнес-среды и создания институтов сотрудничества [3, с. 265].

На *втором этапе* необходимо провести анализ конкурентных преимуществ предполагаемого кластера. Схему функционирования кластера можно представить в виде следующей модели, состоящей из внутренней и внешней среды (рис. 2).

Исходя из данной схемы предлагаются следующие этапы анализа конкурентных преимуществ:

1. Анализ основных показателей отрасли;
2. Характеристика элементов внутренней среды;
3. Характеристика элементов внешней среды;

Очевидно, что стабильно развивающаяся отрасль, имеющая все перспективы развития в дальнейшем, занимающая значительную долю валового регионального продукта, будет привлекательной для реализации кластерных инициатив.

На *третьем этапе* необходимо оценить кластерный потенциал отрасли.

Под кластерным потенциалом будем понимать наличие возможностей, позволяющих более эффективно использовать ресурсы отрасли и повысить ее конкурентоспособность при организации кластера.

На данном этапе принимается решение о необходимости проведения кластерной политики или об отсутствии перспектив образования кластера в данной отрасли.

Очевидно, что разработка кластерной политики должна строиться на основе проведения детального анализа кластерного потенциала.

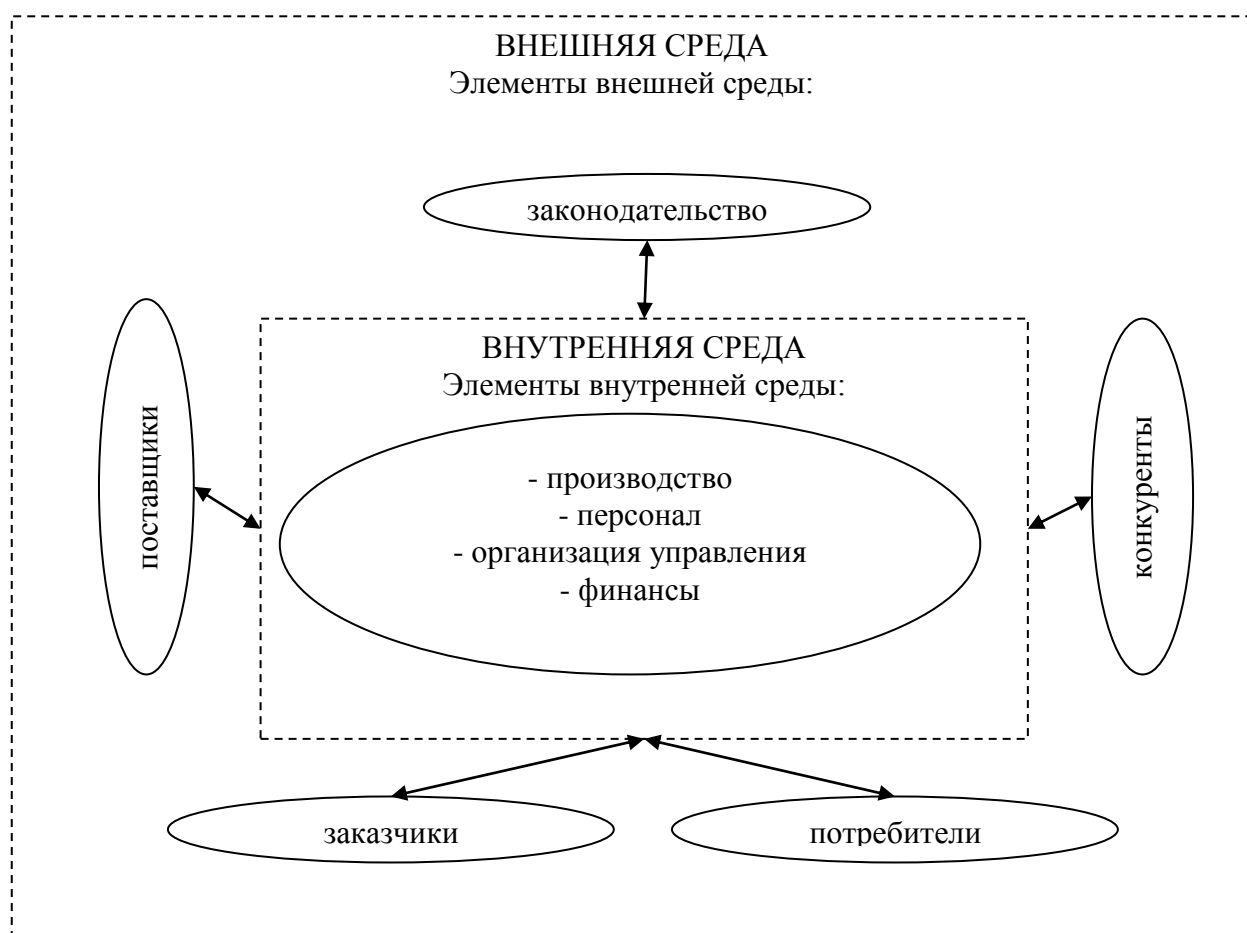


Рис. 2. Схема функционирования кластера

Существует целый набор методов для идентификации и анализа региональных промышленных кластеров, начиная от простых методов определения уровня специализации (коэффициенты локализации) до технологии межотраслевых балансов [4].

Таблица 1

Методы кластерного анализа

Метод	Преимущества	Недостатки
Экспертные оценки	относительно низкие издержки; детальная информация	отсутствие систематического сбора информации; отсутствие обобщенных данных
Коэффициенты локализации	простота расчетов; могут дополнять другие методы	акцент на отрасли и сектора, а не на кластеры
Производственные межотраслевые балансы	являются часто главным источником показателей взаимозависимости отраслей и компаний; детальная и комплексная информация	данные могут устаревать; не отражает роли сопутствующих институциональных структур
Инновационные межотраслевые балансы	являются часто главным источником показателей взаимозависимости отраслей и компаний;	такие балансы редко публикуются; в США отсутствуют
Теория графов/сетевой анализ	визуальный анализ взаимосвязей	набор компьютерных технологий ограничен
Специальные обследования	гибкость в сборе необходимых данных	высокие издержки проведения

Источник: Колошин А., Разгуляев К., Тимофеева Ю., Русинов В. Анализ зарубежного опыта повышения отраслевой, региональной и национальной конкурентоспособности на основе развития кластеров.

Предлагаем кластерный потенциал оценивать по следующей модели (рис. 3):

Данная модель позволит определить наличие/отсутствие перспектив образования кластера в исследуемой отрасли региональной экономики, комплексно оценив потенциальный кластер. Проанализировав и охарактеризовав элементы модели кластера, можно будет сделать наиболее точные выводы.

На *четвертом этапе* необходимо определить цели и задачи формирования кластера.

На данном этапе необходимо учесть Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации, утвержденные Министерством экономического развития Российской Федерации.

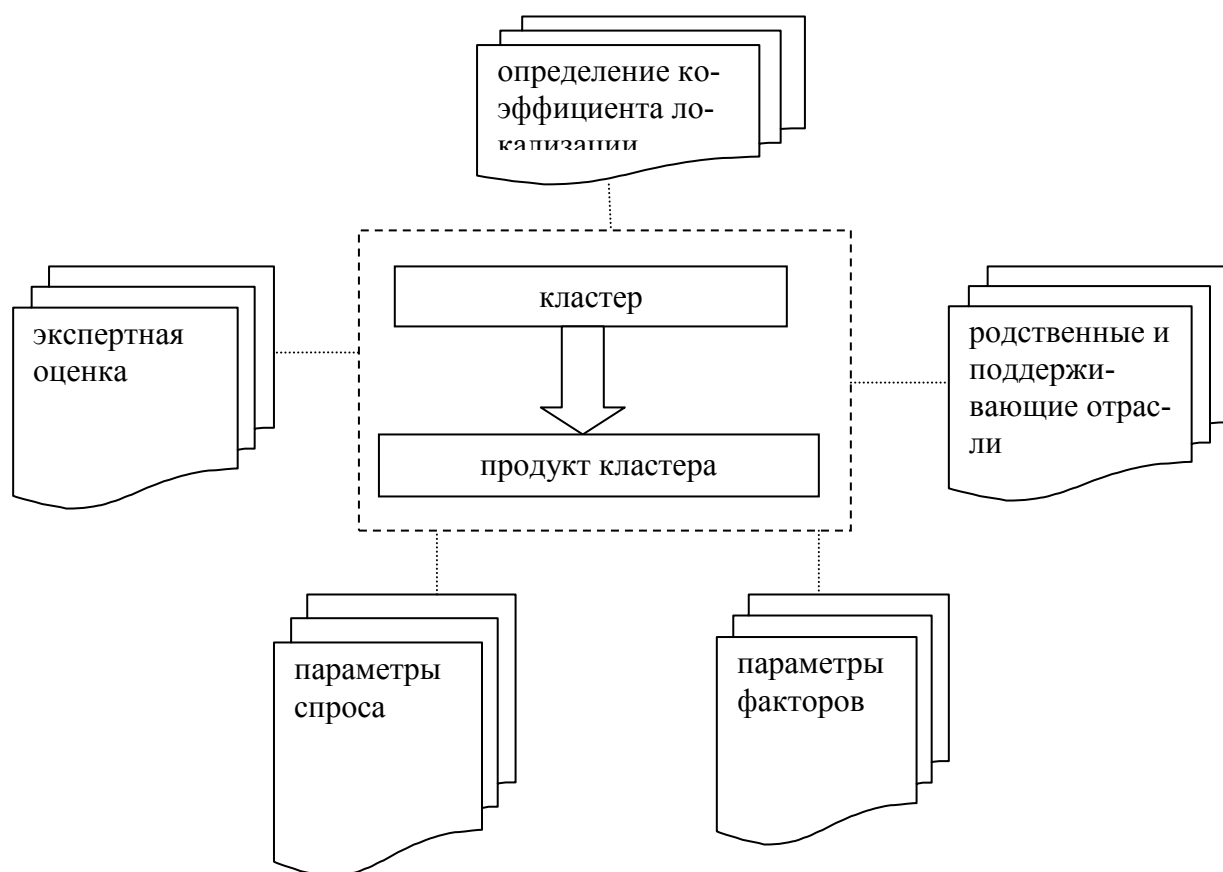


Рис. 3. Модель оценки кластерного потенциала

Согласно Методическим рекомендациям, основной целью реализации кластерной политики является обеспечение высоких темпов экономического роста и диверсификации экономики за счет повышения конкурентоспособности предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, образующих территориально-производственные кластеры.

В рамках реализации поставленной цели основными задачами кластерной политики в Методических рекомендациях названы [5]:

1. Формирование условий для эффективного организационного развития кластеров, включая выявление участников кластера, разработку стратегии развития кластера, обеспечивающей устранение «узких мест» и ограничений, подрывающих конкурентоспособность выпускаемой продукции в рамках цепочки производства добавленной стоимости, а также обеспечивающей наращивание конкурентных преимуществ участников кластера;

2. Обеспечение эффективной поддержки проектов, направленных на повышение конкурентоспособности участников кластера, за счет фокусирования и координации, с учетом приоритетов развития кластеров, мероприятий экономической политики по направлениям:

- поддержки развития малого и среднего предпринимательства;
- инновационной и технологической политики;
- образовательной политики;
- политики привлечения инвестиций;
- политики развития экспорта;
- развития транспортной и энергетической инфраструктуры;
- развития отраслей экономики.

3. Обеспечение эффективной методической, информационно-консультационной и образовательной поддержки реализации кластерной политики на региональном и отраслевом уровне. Обеспечение координации деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, объединений предпринимателей по реализации кластерной политики.

На *пятом этапе* определяется состав потенциальных участников, формируется инициативная группа.

При определении состава участников необходимо учесть рекомендации, выработанные в рамках проекта «Казахстанская кластерная инициатива» [6]:

- количество компаний – в идеале, от 30 до 50. Когда количество компаний было слишком небольшим (менее 30), критической массы было недостаточно, чтобы по-настоящему организовать деятельность кластера. Когда же их количество было слишком велико (более 50), было трудно эффективно взаимодействовать со всеми участниками. В то время как во втором случае ещё возможно применять кластерный подход, взаимодействуя с ограниченным количеством участников (объединения, руководители), при слишком небольшом количестве было невозможно достичь существенных успехов.

- правильный выбор лидеров, которые будут продвигать кластерные инициативы и перспективные кластерные проекты. Руководить процессом должны представители бизнеса. Без ярко выраженного лидерства, по крайней мере, одного или двух участников кластера не удалось достичь успехов ни в одном кластере.

На *шестом этапе* формируется структура кластера, разрабатываются кластерные инициативы.

На данном этапе необходимо определить взаимосвязи между участниками кластера, организовать совместные встречи участников кластера с целью разра-

ботки кластерных инициатив. Планирование кластерных инициатив должно основываться на общем видении, целях и стратегии.

На *седьмом этапе* осуществляется процесс реализации кластерных инициатив. Результатом применения кластерных инициатив может стать внедрение новых технологий и рост бизнеса, развитие сети взаимосвязей между участниками кластера, развитие рынков факторов производства и др.

Предложенная схема может быть использована органами власти, представителями бизнес-сообществ для «активизации» кластерных инициатив в региональной экономике, для создания кластера и определения потенциала его развития.

Библиографический список

1. Кластерообразование в региональной экономике : монография / И.Г. Меньшенина, Л.М. Капустина; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008. – 154 с.

2. Протокол заседания Межведомственной рабочей группы по выработке государственной политики в сфере развития предпринимательской деятельности в территориальных кластерах от 18.02.10 г. №6-АК // [Электронный ресурс] Министерство экономического развития Российской Федерации www.economy.gov.ru.

3. Корчагина Н.А. Кластерно-ориентированный подход к региональному развитию: теоретические аспекты и практическая реализация // Гуманитарные исследования. 2009. №4 (32).

4. Колошин А., Разгуляев К., Тимофеева Ю., Русинов В. Анализ зарубежного опыта повышения отраслевой, региональной и национальной конкурентоспособности на основе развития кластеров // [Электронный ресурс] http://www.politanaliz.ru/articles_695.html.

5. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации (подписаны заместителем министра экономического развития Российской Федерации А.Н. Клепачем от 26.12.2008 г. №20636-АК/Д19) // [Электронный ресурс] <http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/development/doc1248781537747>.

6. Руководство по развитию кластеров, АО «Центр маркетингово-аналитических исследований», 2006 год // [Электронный ресурс] <http://www.docme.ru/doc/2673/cluster-kazakhstan>.

ББК 65.29 (УДК 658.51.626)

**ОБ УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ, В ТОМ ЧИСЛЕ СФЕРЫ
БЛАГОУСТРОЙСТВА ГОРОДА БАРНАУЛА, ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКАЗОВ**

Е.Н. Королева

*Администрация города Барнаула: комитет по управлению муниципальной
собственностью г. Барнаула*

«Мы разделили свою жизнь на "до" и "после" 94-ФЗ. Мы сталкивались с тем, что сайты не позволяют разместить весь объем конкурсной документации. Потому и сроки меняются из-за этого. Нужно ввести нижний порог снижения цены, после которого компания должна будет его обосновать. Это правда, что сейчас период становления электронных торгов, но давайте сначала отшлифуем процедуру» [4]. А.М. Чабунин

«Муниципальный заказ – в РФ – это соглашение между органом местного самоуправления и подрядной организацией о выполнении работ или об оказании услуг, финансируемых за счет средств местного бюджета. Материалы предоставлены проектом» [7].

Обеспечение высоких темпов экономического роста и, как следствие, повышение уровня жизни населения невозможно без грамотной социально-экономической политики государства. Одно из ключевых направлений такой политики – политика фискальная, элементом которой являются государственные и муниципальные закупки.

Рынок государственных и муниципальных заказов, в том числе и его локальные сегменты – наиболее эффективный инструмент для выравнивания уровня развития муниципальных образований, а также развития инфраструктуры и сферы благоустройства.

Государственный заказ является важным источником стимулирования спроса в условиях кризиса. В сегодняшних условиях возрастает количество участников размещения заказа. Так, в строительной отрасли среднее количество участников, претендующих на заключение контракта, составляет 20-30 человек. В 2008 году данная цифра составляла 5 человек [3, с. 189].

Конкуренция за государственный и муниципальный заказы в настоящее время возрастает, но при этом растет и количество мошенников, стремящихся на нем заработать. В связи с этим возникает необходимость использования мер по защите интересов государственных заказчиков. В частности, были разработаны меры по предусмотрению в конкурсной документации системы авансирования в проектах государственного и муниципального контрактов. Делается это для того, чтобы избежать ситуаций, когда поставщик, получив аванс, в дальнейшем должным образом не выполняет своих обязательств.

Также действенными инструментами являются обеспечение заявки участника в торгах (до 5% от начальной цены контракта), а также обеспечение исполнения контракта (до 30% от начальной цены контракта).

В настоящее время существуют фирмы, которые не имеют намерения исполнять контракт. Они подают заявки на участие, чтобы получить «откат» (деньги) от добросовестных участников. Их представители звонят участникам аукциона по телефонам, подходят непосредственно перед аукционом, прямо у дверей и говорят: если заплатите, мы не будем поднимать карточку, если нет – сведем контракт в минус, выиграем его, а исполнять не будем.

В целях предотвращения сговора сложилась практика размещения представителей правоохранительных органов прямо у дверей кабинета проведения аукциона. Также участников аукциона рассаживают на места в удалении друг от друга.

Однако официально привлечь участников сговора очень тяжело. О предложениях «отката» добросовестные подрядчики рассказывают только устно.

«Хотя прецеденты привлечения к ответственности за подобные дела в других регионах уже были. В двух областях заказчики обращались в антимонопольную службу, и уже вынесены решения о недобросовестной конкуренции» [5].

Государственный и муниципальный заказы становятся основным гарантом благополучия и условием выживания большинства не только частных, но и муниципальных организаций. Получить данные заказы сегодня означает сохранить рабочие места, обеспечить людям нормальную зарплату, гарантировать технологичным производствам бесперебойный цикл работы.

Противоречивость норм российского законодательства приводит к нечеткости и несогласованности отдельных нормативных правовых актов и различной трактовке отдельных норм и правил законодательства.

Еще одной проблемой является несовершенство системы прогнозирования и планирования на этапе подготовки бюджета, приводящее к затягиванию сроков распределения бюджетных средств, предусмотренных проведения конкурсных процедур.

В целях создания эффективной конкурентной среды необходимо осуществлять соответствующий отбор участников исходя из экономической надежности, технологической компетенции и социальной ответственности.

Решить данные проблемы возможно путем внесения изменений в федеральное законодательство в части отбора участников процедур по ключевым компетенциям.

Эффективным способом борьбы с уже имеющимися проблемами являются электронные торги.

«Электронные торги – это открытый аукцион на поставку товаров и услуг по государственным заказам, который проходит в Интернете, на официальных электронных торговых площадках» [6]. Принять участие в электронных торгах могут все желающие в соответствии с Федеральным законом от 21.07.2005 №94-ФЗ. С 1 января 2011 года все госзаказы на поставку товаров, работ и услуг заключаются только по итогам электронных торгов. Другими словами, региональные и муниципальные закупки осуществляются теперь только на электронных торговых площадках.

В данном случае сговор между участниками исключен. В таких аукционах торги осуществляются по Интернету. Перед вступлением в состязание участники должны предоставить все необходимые документы, пройти аккредитацию, получить электронно-цифровую подпись у удостоверяющего центра. Каждый может включиться в игру в любой момент. К примеру, сначала вышло две фирмы, через полчаса к ним подключилась еще одна, потом еще. Имеют место случаи, когда аукционы шли несколько суток. Участвовать в торгах в такой форме могут и фирмы из других областей. Это одна из мер, направленная на противодействие коррупции.

С помощью электронных торгов представители власти хотят избавиться от коррупции в госзаказе. За счет чего это делается?

Во-первых, пять отобранных электронных торговых площадок смогут сконцентрировать максимум продавцов и покупателей, что поможет избавиться от сговора поставщиков с заказчиками.

Во-вторых, торги на данных площадках устроены таким образом, что заказчик не знает, какие именно компании принимают участие, так как они полностью обезличены. Только после окончания аукциона заказчик узнает название победившей организации.

В-третьих, данные площадки абсолютно независимы, что является гарантией честности торгов.

Участникам электронных торгов открывается доступ к огромному рынку для продажи своей продукции. И у каждого есть шанс получить свою часть от огромного бюджета государственного или муниципального заказов.

Заключение контрактов через Интернет проходит в режиме реального времени, и не требуется никуда ездить лично. А значит, вы ускоряете свои бизнес-процессы и быстрее увеличиваете прибыль. Кроме того, снижаются затраты на оформление сделок за счет осуществления электронного документооборота, ведь пересылать по почте всю документацию больше не требуется.

В настоящее время судебная практика по электронным торгам пока ничтожно мала, как, собственно, невелик пока и опыт их проведения. В антимонопольную службу участники Интернет – аукционов тоже жалуются редко. «Например, за последние 4 месяца в УФАС по УР поступило не более 10 таких жалоб» [6].

Со стороны поставщиков претензии, как правило, возникают к составу заявки, со стороны заказчиков – к информации о поставщиках, которая проверяется после проведения торгов. Однако большинство участников электронных аукционов признают, что эта форма торгов существенно ограничивает возможности для сговора. Возникающие сейчас претензии часто объясняются трудностями привыкания к новой форме государственных и муниципальных закупок, и со временем их число будет сокращаться.

Основной причиной того, что электронные торги во всех регионах страны были введены только сейчас (в 2011 году), является прежде всего то, что развитие электронных торгов и всего электронного бизнеса сдерживали высокие риски, связанные с этой сферой деятельности. Поэтому даже когда использовали новые технологии сделок, это всё равно параллельно сопровождалось «бу-

мажным» подтверждением всех процедур. Проблема была решена благодаря Закону №1-ФЗ от 10.01.2002 года «Об электронной цифровой подписи» (ЭЦП). Все документы, подписанные ЭЦП, обладают юридической силой, в том числе принимаются судами.

На территории города Барнаула существующие муниципальные организации участвуют в конкурсных процедурах наряду с организациями других форм собственности. В интересах развития сферы городского благоустройства это приносит ряд неудобств.

Прежде всего, только муниципальные организации на сегодняшний день обладают необходимой техникой для осуществления муниципального и государственного заказа. В случае не заключения муниципального контракта данная организация вынуждена выполнять работы на условиях подряда. Таким образом, организация, выигравшая конкурс, рассчитывается с муниципальными подрядчиками только частью денежных средств, оставляя в своей «корзине» часть денежных средств только за заключение контракта без вложения каких-либо затрат.

В случае заключения договоров подряда муниципальные организации теряют не только гарантированные объемы работ, но и трудоустройство, финансовое обеспечение работников. Кроме того, имеет место отсутствие влияния административного ресурса на ход выполнения благоустроительных работ для нужд города и вероятность потери имущества, переданного в хозяйственное ведение муниципальным унитарным предприятиям.

Активное участие в торгах, проводимых компетентными структурами города Барнаула, муниципальные организации сферы благоустройства начали принимать только с 01.01.2011 года. В ходе электронных торгов из 7 существующих организаций сферы благоустройства заключены муниципальные контракты с 6 из них.

Таким образом, хотелось бы отметить, что развитие и совершенствование системы электронных торгов обеспечит не только реализацию региональной политики по выравниванию уровня развития муниципальных образований, развитию инфраструктуры и обеспечению достойного уровня жизни населения, но и рациональное использование бюджетных и других государственных и муниципальных ресурсов.

Библиографический список

1. О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг, для государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон от 21.07.2005 №94-ФЗ [Электронный ресурс]. – СПС «Консультант Плюс».

2. Батейкин Д.В. Механизм усиления роли локальных рынков государственных и муниципальных заказов: монография / Д.В. Батейкин. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2008.

3. Нагорнов А.А. Об управлении социально-экономическим развитием территорий через систему государственных и муниципальных заказов / Актуальные вопросы функционирования экономики Алтайского края: сборник статей молодых ученых, выпуск 2-Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2010.

4. Чабунин А.М. Конспект парламентских слушаний «О правовом регулировании размещения государственных и муниципальных заказов на строительство зданий и сооружений: проблемы совершенствования» / [Электронный ресурс]. – souzstroiteley.ru

5. Вся правда о муниципальном заказе. Про аукционы, «откат» и недобросовестных подрядчиков / [Электронный ресурс]. – my-ivanovo.ru

6. Журнал «Свое Дело» / [Электронный ресурс]. – svdelo.ru

7. [Электронный ресурс]. – Глоссарий.ru

ББК 65.04

УДК 332.1

ХАРАКТЕРИСТИКА СУЩНОСТНЫХ АСПЕКТОВ МУНИЦИПАЛЬНО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Ж.В. Лазарева

Горно-Алтайский государственный университет

В настоящее время неотъемлемым условием нормального функционирования смешанной экономики является конструктивное взаимодействие бизнеса и структур государства. Характер этого взаимодействия, методы и конкретные формы могут существенно различаться в зависимости от зрелости и национальных особенностей рыночных отношений. Наиболее используемой формой такого взаимодействия является государственно-частные партнерства (ГЧП). Важность ГЧП как инструментов политики широко признается многими правительствами, что отражается на их бюджетных ассигнованиях, законодательстве и выработке соответствующих программ.

Во многих странах вложения частного сектора в инфраструктуру постоянно увеличиваются – участие бизнеса в совместных с государством инфраструктурных проектах приносит неплохие результаты, к примеру, способствует внедрению новых технологий, снижает бюджетную нагрузку, усиливает контроль за четкостью выполнения проектов.

Однако, несмотря на признание этой формы сотрудничества в зарубежных странах одним из важнейших инструментов повышения национальной конкурентоспособности, внедрение механизмов государственно-частного партнерства в российскую практику идет крайне медленно. Нерешенность целого ряда методологических вопросов перехода к партнерским отношениям государства и бизнеса, отсутствие должного опыта такого партнерства, неразвитость законодательной и нормативной базы на всех уровнях – это основные проблемы, характерные для государственно-частного партнерства в России.

Существует много различных определений термина «государственное частное партнерство». Например, Внешэкономбанк дает следующее определение: государственно-частное партнерство – это привлечение на контрактной основе органами власти частного сектора для более эффективного и качественного исполнения задач, относящихся к публичному сектору на условиях компенсации затрат, разделения рисков, обязательств, компетенций [1].

Наряду с ГЧП необходимо выделять понятие «муниципально – частное партнерство» (МЧП). Данное разграничение в понятийном аппарате необходимо для выделения конкретного уровня реализуемого взаимодействия. С нашей точки зрения, сущностная характеристика понятия МЧП практически совпадает с ГЧП, и выделяется именно для уточнения, что муниципалитет является одной из взаимодействующих сторон.

Стоит отметить, что зарубежные законодатели, подчеркивая приоритетность частного бизнеса, используют понятие частно-государственное партнерство. В США ГЧП понимается как закрепленная в договорной форме соглашение между государством и частной компанией, позволяющее последней в согласованной форме участвовать в государственной собственности и использовать функции, традиционно лежащие в сфере ответственности публичной власти.

Европейская комиссия определяет ГЧП как соглашение между двумя и более сторонами кооперировать усилия по достижению общих (или совместимых) целей, при этом общими становятся ответственность, власть, ресурсы, риски и, в идеале, выгоды от реализуемого проекта. Рейтинговое агентство Standard&Poor's определяет ГЧП как любые средне- или долгосрочные взаимоотношения между государственным и частным сектором, основанные на разделении рисков и доходов, объединении профессиональных знаний и совместном финансировании и служащие достижению определенных политических результатов [2].

Наиболее широкое и проработанное определение термина можно встретить в работах В. Варнавского: государственное частное партнерство представляет собой юридически закрепленную форму взаимодействия между государством и частным сектором в отношении объектов государственными и муниципальными органами, учреждениями и предприятиями в целях реализации общественно значимых проектов в широком спектре видов экономической деятельности. Возможные формы такого взаимодействия: закон, контракт (договор, соглашение), устав компании и пр. [3, с. 18].

Рассмотрим концепцию государственного частного партнерства по анализу В. Варнавского:

1. Стоит подчеркнуть обозначенный момент, что государственно-частное партнерство – это полуприватизационная форма, т.е. государство, передавая права владения распоряжения объектами инфраструктуры частному сектору, остается собственником этих объектов;

2. Государство в одностороннем порядке выполняет свои основополагающие функции жизнеобеспечения населения и предприятия, остается ответственным перед обществом за функционирование инфраструктур;

3. Для обеспечения соответствующего уровня услуг частным предприятиям создается определенная система контроля и регулирования;

4. Взаимодействие сторон в государственно-частном партнерстве закрепляется на официальной, юридической основе (соглашения, договоры, контракты и т.д.);

5. В процессе реализации проектов государственно-частного партнерства имеющиеся активы сторон (ресурсы и вклады) объединяются;

6. Все риски в проектах государственно-частного партнерства разделяются между государством и бизнесом в пропорциях, согласно взаимным договоренностям, зафиксированным в соответствующих соглашениях, контрактах, договорах и т.д.

Несмотря на разнообразие определений, можно отметить, что все они подчеркивают:

1) взаимодействие происходит между двумя сторонами: государство и частный бизнес;

2) указанные стороны совместно несут ответственность и распределяют риски при взаимодействии.

Федеральное законодательство, предметом которого являлось бы государственно частное партнерство, в России пока не получило своего развития. Единственным специальным нормативным правовым актом является Федеральный закон от 21 июля 2005 года №115 «О концессионных соглашениях», определяющий порядок применения механизма концессии при реализации проектов государственно частного партнерства, однако не затрагивает понятие данного термина.

На уровне ряда регионов России уже имеются региональные законы, посвященные государственно частному партнерству.

Одним из первых был принят закон в 2006 г. Законодательным собранием Санкт – Петербурга закон «Об участии Санкт – Петербурга в государственно – частных партнерствах». В нем говорится, что государственно частное партнерство – это взаимовыгодное сотрудничество Санкт – Петербурга с российскими или иностранными юридическим или физическим лицом либо действующим без образования юридического лица по договору простого товарищества (договору о совместной деятельности) объединением юридических лиц в реализации социально значимых проектов, которое осуществляется путем заключения и исполнения соглашений, в том числе концессионных.

Закон Ставропольского края от 12 октября 2009 г. №67-кз «О государственно частном партнерстве в Ставропольском крае» трактует государственно частное партнерство как совокупность форм средне – и долгосрочного взаимодействия (сотрудничества) между Ставропольским краем либо краем и муниципальным образованием, с одной стороны, и хозяйствующими субъектами, с другой стороны, с целью реализации общественно значимых проектов в социально – экономической сфере на территории края, развития инновационного, инвестиционного, инфраструктурного потенциала края.

Закон Республики Алтай от 05.03.2008 г. №15-рз «Об основах государственно-частного партнерства в Республике Алтай» определяет государственно частное партнерство как взаимовыгодное сотрудничество участников государственно-частного партнерства в реализации социально значимых, инфраструктурных, инновационных, инвестиционных, национальных проектов и программ, которое осуществляется путем заключения и исполнения соглашений, в том числе концессионных.

Рассматривать вопрос о нормативно-правовой базе на самом деле можно с позиции двух вариантов. Эти варианты возникают при решении вопроса о том, насколько в действительности необходим отдельный закон о ГЧП на федеральном уровне.

Первый вариант сводится к тому, что закон необходим. Государство должно иметь утвержденные принципы ГЧП, правила взаимодействия, правила разграничения ответственности и рисков. Каждая из взаимодействующих сторон должна четко осознавать свою роль, функции, права и обязанности.

Второй вариант сводится к предположению, что закон как самостоятельный существующий – не имеет особого смысла своего создания. То есть сегодня формы ГЧП уже реально реализуются в рамках имеющейся нормативно-правовой базы. Регионы на своем уровне также регулируют данное взаимодействие, что выявлено нами в изложенном выше материале. Более того, на практике приходится сталкиваться с тем, что законы входят в противоречие с реальной действительностью, ограничивают формы взаимодействия государства и частного бизнеса. Это потребует длительный период времени на доведение закона до своего состояния, которое можно будет назвать «соответствующее потребностям рынка».

Изложенный материал подводит нас к следующему выводу. Для эффективной реализации ГЧП необходимо принять федеральный закон о государственно-частном партнерстве, в котором должны быть прописаны четкие определения ГЧП, формы его реализации, объекты для взаимодействия, порядок регулирования взаимоотношений сторон, порядок разделения рисков и ответственности. Конечно, принятие такого закона, не решит все проблемы, и даже есть риск содержания в нем большего количества ограничений по взаимодействию сторон. Можно даже предположить, что закон не в полной мере будет отвечать и потребностям рынка. Однако в любом случае принятие закона придаст новый импульс развитию ГЧП.

Библиографический список

1. [Http://www.vsb.ru/PPP](http://www.vsb.ru/PPP) что такое ГЧП.
2. [Http://PPPcenter.ru](http://PPPcenter.ru) Барьеры развития механизма ГЧП в России.
3. Государственно-частное партнерство: теория и практика [Текст] / В.Г. Варнавский, А.В. Клименко, В.А. Королев и др.; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 287 с.

УДК 332.143

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЫБНОЙ ОТРАСЛИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

М.Ю. Макеева

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток

В Приморском крае сконцентрирована значительная часть промышленного, научного и технологического потенциала Дальнего Востока России. В на-

стоящее время экономика края находится в процессе незавершенной реструктуризации. Самыми крупными отраслями хозяйства остаются транспортные перевозки, рыбная и оборонная промышленность, пищевая промышленность. По некоторым отраслям экономики существует зависимость Приморского края от привозного сырья и товаров, в том числе и зарубежных.

В настоящее время рыбная отрасль Приморского края располагает существенными запасами водных биологических ресурсов (ВБР); ежегодным производством рыбопродукции на уровне 3-3,4 млн. т, основу которого составляет пищевая продукция (около 90%). Отрасль располагает существенной материально-технической базой, основу которой составляет флот. Годовая мощность промыслового флота по добыче ВБР оценивается в 4,0 млн. т. Модернизация береговых предприятий, проведенная в последние годы, способствовала формированию производственных мощностей по выпуску рыбной продукции в береговых условиях (не менее 1 млн. т). Имеется около 0,5 млн. т холодильных емкостей. На предприятиях рыбного хозяйства занято около 360 тыс. человек, в том числе плавсостав – около 110 тыс. человек [1].

Рыбная отрасль Приморского края имеет большие возможности развития, среди которых можно выделить перспективные резервы изъятия водных биоресурсов (оцениваются в 3,5 млн. т годового вылова), в том числе за счет развития промысла в экономических зонах других стран и освоения открытых районов Мирового океана. Градообразующий характер рыбного хозяйства России, особенно на Севере и Дальнем Востоке, определяет необходимость функционирования предприятий и организаций рыбного хозяйства в прибрежных районах России.

Благоприятна конъюнктура мирового рынка пищевых товаров, показывающая, что в перспективе ожидается значительный рост цен на рыбную продукцию. Отрасль имеет потенциал для развития судоремонта, судостроения, машиностроения и портовой инфраструктуры в связи с реализацией мер, касающихся возврата рыбопродукции на российский берег. Совершенствование законодательной базы, в том числе закрепление квот за пользователями на долгосрочной основе.

Однако, несмотря на все преимущества и перспективы развития, рыбная отрасль Приморского края имеет множество проблем, препятствующих ее развитию.

В связи с сокращением промысла в экономических зонах других стран и открытых районах Мирового океана основная часть отечественного океанического рыбопромыслового флота передислоцирована в ИЭЗ Российской Федерации. Добывающие мощности флота превзошли объемы запасов основных промысловых объектов, что оказывает давление на водные биоресурсы ИЭЗ России. Преимущественно сырьевая направленность экспорта рыбных товаров создает зависимость многих компаний от финансирования добычи ВБР, обеспечиваемого иностранными компаниями. В результате действующей торговой политики на российском рынке отечественная продукция замещается импортной, в том числе произведенной из отечественного сырья за рубежом.

Разрыв связей между предприятиями добывающей и обрабатывающей подотраслей, между основным производством (добыча, переработка) и вспомогательным, а также инфраструктурой (портовое хозяйство, судоремонт и судостроение) делают невозможным эффективное функционирование рыбной отрасли в целом.

При осуществлении мер государственной политики в рыбном хозяйстве важно использовать различные меры поддержки структурных экономических изменений на основе обобщения позитивного опыта зарубежных стран. Меры государственной поддержки отраслевых программ за рубежом должны быть тщательно проанализированы в рамках научных исследований и использованы при реализации программ развития рыбного хозяйства России, в частности Приморского края.

Как и в других странах, развитие рыбного хозяйства Приморского края в перспективе определяется прежде всего емкостью и динамикой потребления производимой продукции, которые, в свою очередь, зависят от воздействия множества факторов.

Рассмотрим воздействие отдельных факторов на состояние и развитие рынка рыбных товаров в Приморском крае за период 2000-2008 гг.:

1. Уровень покупательной способности населения, особенности и предпочтения отдельных групп потребителей. Наиболее популярной среди населения России является мороженая рыба. В последние 3 года наметилась тенденция роста спроса на живую рыбу, обозначились четкие тенденции увеличения производства товарной рыбы и расширения ассортимента ценных видов рыб и продукции из них.

2. Динамика баланса обеспечения населения России пищевыми рыбными товарами. Общая емкость внутреннего рынка пищевых рыбных товаров в 2008 г., включая консервы, составила около 2,8 млн. т, что превысило уровень 2006 г. (2,5 млн. т) на 12%. Основные производители рыбной продукции сосредоточены в Дальневосточном (60-65% общего объема), Северном (19-24%) и Западном (10-15%) бассейнах [2].

3. Состояние развития торговли и логистики. В 90-е годы XX-го века отечественные товаропроизводители лишились налаженной и эффективной системы сбыта на внутреннем рынке, в результате чего появилось множество посредников. Розничная цена на рыбные товары относительно их себестоимости поднималась в 2-3 раза, причем на долю посредников приходилось в среднем 60-70 % цены. Такая ситуация практически сохраняется и по настоящее время.

В период 2000-2008 гг. на российском рынке наблюдалась устойчивая тенденция роста цен на все виды рыбных товаров, вызванная особенно в последние годы ростом цен на энергоносители, тарные материалы, транспортные тарифы. Рост цен также объясняется высокими наценками в сетевой торговле.

Структура рыбной продукции в розничной торговле представлена в разрезе основных групп: 20% – доля неразделанной рыбы, 20% – разделанной рыбы, 15% – филе, 20% – полуфабрикаты и готовая рыбопродукция, 20% – консервы и пресервы и 5% – прочая рыбопродукция [3].

4. Соотношение экспортных и импортных цен. Внешняя торговля рыбными товарами имеет существенное экономическое значение для рыбохозяйственного комплекса Приморского края и, в определенной степени, определяет его техническое и технологическое развитие.

Основной вывоз рыбы осуществляется через Республику Корею, которая импортированную рыбу реэкспортирует преимущественно в Японию и другие страны. Китай закупает большие объемы российской рыбы и перерабатывает ее в филе с целью экспорта в Россию и третьи страны.

5. Уровень и динамика тарифов на транспортные перевозки. Дополнительным сдерживающим фактором развития отечественного рынка рыбных товаров являются высокие железнодорожные тарифы при транспортировке рыбной продукции с территории Дальневосточного федерального округа на остальную территорию Российской Федерации.

Решением Федеральной службы по тарифам России с ноября 2007 года снижены в среднем на 12% железнодорожные тарифы на транспортировку отдельных грузов, в том числе продукции из водных биоресурсов, с территории Дальневосточного федерального округа на остальную территорию Российской Федерации. Однако, учитывая, что удельный вес тарифа в оптовой цене рыбной продукции составляет около 20%, данных мер для обеспечения непрерывных поставок рыбопродукции в европейскую часть страны недостаточно.

6. Качество менеджмента на всех уровнях управления в сферах производства, товародвижения и реализации продукции конечному потребителю.

Неустойчивое финансовое положение рыбохозяйственных предприятий Приморского края усугубляется слабым менеджментом на рынках рыбных товаров. В течение ряда лет в составе розничных цен на рыбные товары сохраняется высокая доля торговых наценок, что отражает пассивность ценовой политики, проводимой предприятиями-производителями, и возрастание конкурентной силы посредников и розничной торговли.

Несмотря на позитивные моменты, сформированная за последние 15 лет система оптовой торговли все еще не выполняет таких основополагающих функций, как стимулирование отечественного производителя, оценка потребителей и спроса, инвестиционное обеспечение процесса товародвижения и др., и тем самым не способствует повышению конкурентоспособности рыбных товаров, предприятий и организаций рыбохозяйственной отрасли Приморского края.

Изменения в цикле движения денежных средств в рыбопромышленном комплексе негативно сказываются на эффективности работы рыбоперерабатывающих предприятий. Прибыль производителей стала перераспределяться в пользу предприятий оптовой и розничной торговли, на долю которых приходится более 50% отраслевого дохода. Высокий экспортный потенциал рыбной отрасли Приморья используется недостаточно эффективно.

При сохранении современных темпов роста затрат на производство рыбной продукции в перспективе будет происходить повышение оптовых и розничных цен на внутреннем рынке рыбных товаров.

Выявленные отрицательные последствия развития рынка рыбных товаров края могут быть изменены в положительную сторону только при кардинальном изменении регулирующей и контролирующей роли государства в отношении развития рыбного хозяйства и рынка рыбных товаров.

Поэтому к основным целям государственного регулирования торговли рыбными товарами можно отнести [4]:

- обеспечение экономической и продовольственной безопасности края;
- обеспечение условий быстрого и беспрепятственного продвижения рыбных товаров на продовольственных рынках;
- защита внутреннего рынка от недобросовестной конкуренции;
- разработка законодательной базы рыбного хозяйства России, реализующей новую более эффективную внешнеторговую политику и др.

Работа по установлению квот или общего допустимого улова (ОДУ), и особенно по их распределению, между промысловыми компаниями или же между различными категориями флота требует взаимодействия с экономистами по решению проблем, вызванных конкуренцией за пользование ресурсами, и осуществлению наилучшего размещения факторов производства в целях максимального увеличения благ для общества в целом. Основная задача заключается в предельном увеличении экономических доходов, зависящих от биологических (биоресурсы) и экономических (труд и капитал) факторов.

В силу сравнительно недавнего перехода к рыночным отношениям рассмотрение проблем управления рыболовством в России и в Приморье в частности лежит преимущественно в плоскости биологической сохранности популяций биоресурсов, слабо учитывая экономическую составляющую данного вида деятельности. Рыночный характер деятельности ресурсопользователей и ее целевая функция – максимизация прибыли – не в достаточной мере учитываются при формировании политики управления рыболовством.

В последние годы рыбаки все чаще сталкиваются с экологическими проблемами, наиболее остро ощущаемыми в прибрежной зоне юга дальневосточных морей. Это прямо или косвенно сказывается как на состоянии водных биоресурсов, так и на устойчивости их эксплуатации.

Многие проблемы развития предприятий рыбной промышленности Приморского края, в том числе и выхода на международный рынок, связаны с несовершенной системой управления, не способной поддерживать стабильные конкурентные позиции предприятий на как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Тенденции развития мирового рыболовства и производства рыбной продукции в настоящее время ориентированы на внедрение комплексного подхода к её сертификации, состоящего из выполнения требований национального и международного законодательства, потребителей и общества в целом.

В условиях обострения глобальной конкурентной борьбы в мировой торговле и в целях повышения эффективности деятельности рыбного хозяйства Приморского края необходимо осуществление внешнеторгового мониторинга, проведение системных комплексных научных исследований по оценке внутреннего и внешнего рынков рыбных товаров, изучению и использованию пози-

тивного зарубежного опыта отраслевых преобразований. При этом задачи отечественной рыбохозяйственной науки не должны быть сведены до уровня изучения водных биоресурсов и организации квотирования морского рыбного промысла. Необходимо восстановление в достаточном объеме финансирования экономических исследований.

Все рассмотренные предложения по развитию рыбной отрасли Приморья возможны при наличии государственной поддержки, научных и общественных организаций, совместные усилия которых позволили бы обеспечить устойчивое развитие рыбной отрасли в целом.

Библиографический список

1. Рыбная промышленность Приморского края / Приморский краевой комитет государственной статистики. Владивосток. – 2008. – 34 с.
2. Промышленность Приморского края / Статистический сборник. Официальное издание. Приморский краевой комитет государственной статистики, 2008. 112 с.
3. Садыхов О.В. Рыбная промышленность / Морская индустрия.– 2008. – №7. С. 8.
4. Краевая целевая «Программа развития рыбохозяйственного комплекса Приморского края на 2004-2010 гг.». Владивосток: Изд-во «ТЦСР», 2004. 196 с.

ББК 65.30

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЕ МАШИНОСТРОЕНИЕ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Е.В. Мальцева

Рубцовский индустриальный институт

Сельскохозяйственное машиностроение является фактором, во многом определяющим уровень развития агропромышленного комплекса. АПК продолжает оставаться одной из проблемных сфер экономики России. Самым острым вопросом для сельского хозяйства страны является общее техническое и технологическое отставание от своих главных конкурентов на мировом продовольственном рынке. По некоторым оценкам, оно достигает едва ли не 20-30 лет. В наследство от прошлого современным российским аграриям и животноводам остались затратные технологии. Оснащенность хозяйств техникой в настоящее время составляет 50-60%, что приводит к нарушению технологий возделывания многих сельскохозяйственных культур и сроков проведения полевых работ [1].

По расчетам ученых, природно-экологический потенциал страны при современных технологиях способен обеспечить продовольствием 700...800 млн. человек. Но Россия даже вынуждена до 40% продовольствия импортировать. Одна из ключевых проблем такого отставания – низкий технический и технологический уровень оснащенности, вызванный в том числе и кризисом сельскохозяйственного машиностроения.

По данным последней Всероссийской сельскохозяйственной переписи, свыше 83% тракторов и 75% комбайнов полностью выработали производствен-

ный ресурс, т.е. находятся за установленными сроками амортизации. Причем основную массу отечественной сельскохозяйственной техники составляют малопроизводительные машины, не обеспечивающие применения современных эффективных ресурсосберегающих технологий. Из общего числа тракторов 68% составляют колесные, большинство из которых имеют мощность до 110 л.с., хотя в современных зарубежных тракторах широко применяются двигатели мощностью 250...400 л.с. и начат выпуск тракторов 6...7-го класса мощностью 500...700 л.с. Однако и такой техники не хватает. За последние двадцать лет отечественные предприятия сократили выпуск тракторов почти в 20 раз, зерноуборочных комбайнов – почти в 10 раз, кормоуборочных комбайнов – в 14 раз. В результате сокращения машинотракторного парка возросла нагрузка на технику. Например, по тракторам она составляет 210 га на единицу техники при норме 73 га. При этом в США нагрузка на один трактор – 37 га, в Англии – 13, во Франции – 16, в Германии – 11,5 га [2].

На рисунке 1 представлен объем производства отечественной сельхозтехники в 2010 году по данным официального сайта Министерства промышленности и торговли РФ.

По зафиксированным показателям Росстата и Комитета по тракторному, сельскохозяйственному, лесозаготовительному, коммунальному и дорожно-строительному машиностроению Союза машиностроителей России, в *январе – ноябре 2010 года*, в сравнении с аналогичным периодом прошлого года, произошло снижение производства по всем видам тракторной техники, зерно- и кормоуборочным комбайнам и сеялкам по сравнению с аналогичным периодом прошлого года:

- * сеялки – на 47,6%;
- * зерноуборочные комбайны – на 35,3%;
- * кормоуборочные комбайны – на 20,9%;
- * бульдозеры и трубоукладчики – на 18,4%;
- * колесные тракторы – на 8,7%.

Снижение темпов роста производства тракторов объясняется тем, что уменьшен выпуск на таких предприятиях, как ЗАО «Агротехмаш», ОАО «ТК «Волгоградский тракторный завод», ОАО «САРЭКС», зерно- и кормоуборочных комбайнов – в ООО «Клаас», ОАО «ПО «Красноярский завод комбайнов», ОАО «Брянксельмаш».

По данным Росстата и сведениям, поступившим от предприятий, курируемых Комитетом по тракторному, сельскохозяйственному, лесозаготовительному, коммунальному и дорожно-строительному машиностроению Союза машиностроителей России, в *январе – феврале 2011 года*, в сравнении с аналогичным периодом прошлого года, увеличение производства в рассматриваемых секторах машиностроения в среднем достигло 66,8%.

Это во многом объясняется тем, что большинство предприятий запустило в работу свои производственные площадки, в то время как в аналогичном периоде прошлого года большая часть заводов была вынуждена из-за кризиса приостановить выпуск своей продукции.

Оценки объемов производства
сельскохозяйственной техники в 2010 году

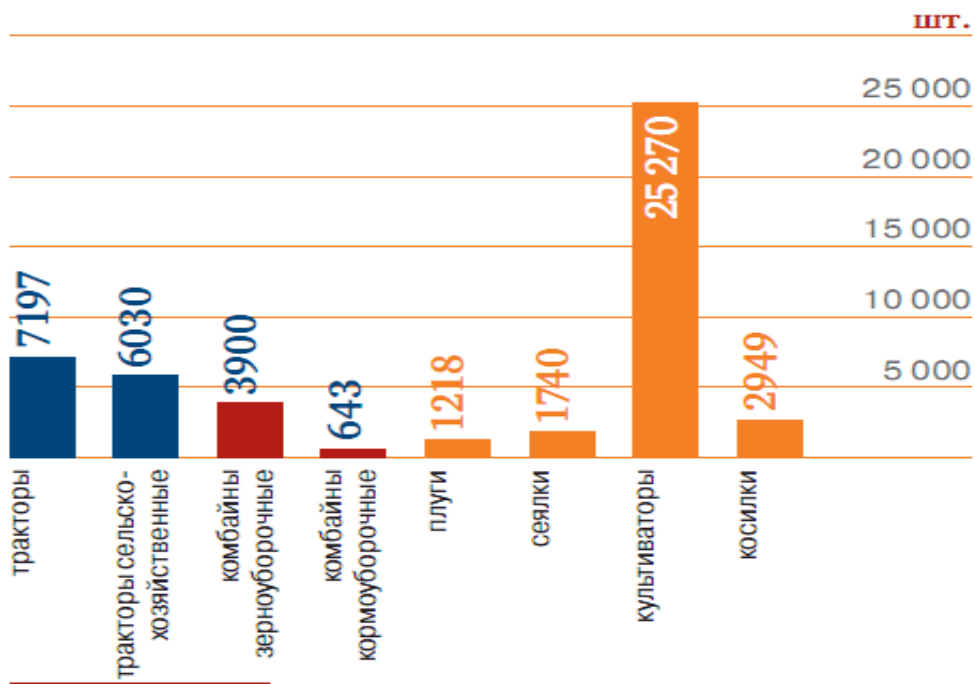


Рис. 1. Объем производства отечественной сельхозтехники в 2010 году [3]

С другой стороны, на некоторых ведущих предприятиях отмечается снижение объемов производства – в частности, выпускающих зерноуборочные комбайны, экскаваторы, башенные краны. Наибольший рост за этот период показали: бульдозеры и трубоукладчики (в 4,1 раза), тракторы для трелевки леса (в 4,1 раза), косилки (в 3,3 раза), культиваторы (в 3,1 раза), гусеничные тракторы (в 3,0 раза), колесные тракторы (в 2,6 раза), кормоуборочные комбайны (в 2,5 раза).

Снижение производства по зерноуборочным комбайнам в январе – феврале 2011 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года составило 16,4%. Снижение производства комбайнов объясняется тем, что основные предприятия, такие как ОАО «Ростсельмаш» и ОАО «Брянксельмаш», уменьшили выпуск на 25,6 и на 42,9% соответственно.

В феврале 2011 года по сравнению с январем 2011 года увеличились объемы отгрузки готовой продукции практически по всем видам продукции: кормоуборочным комбайнам, плугам, сеялкам, культиваторам, косилкам, универсальным сельскохозяйственным погрузчикам. Большая часть неотгруженной техники (76,2%) приходится на зерно-, кормоуборочные комбайны и прицепную сельскохозяйственную технику, тракторы и составляет 6031 штуку.

Непростая ситуация на рынке сельхозтехники серьезно отразилась на численности трудовых коллективов. Если в 2008 году на предприятиях отрасли было задействовано 78,4, тыс. человек, то в 2009 году их количество сократи-

лось до 60,1 тыс. чел., а в 2010 до 49,3 тыс. человек. При этом заработанная плата выросла на 29,9% – с 12 381 руб. до 16 078 руб. в 2010 году.

По прогнозу Ассоциации «Росагромаш», рынок сельхозтехники в 2011 году составит 2,3 млрд. долларов. Рост отечественного производства составит 7% и достигнет 840 млн. долларов. Импорт по сравнению с 2010 годом достигнет 1,2 млрд. долларов (+ 20%). Доля российского производства сократится до 36,5% (-6,6%) [4].

Крупнейшие российские производители агротехники, члены профильного Комитета Союза машиностроителей России выступают с инициативой, призванной решить проблему технической модернизации российского АПК. В их числе машиностроительный холдинг «Концерн «Тракторные заводы»», который совместно с партнерской компанией «ЮТЕК» первым в России разработал и запустил пилотную программу комплексной утилизации старой техники. Реализацией данной программы занимается сейчас торговая компания «Агромаш-холдинг». На первоначальном этапе программа распространяется на зерно- и кормоуборочные комбайны и лесозаготовительную технику, проработавшие более 10 лет. Утилизировав такую технику и получив соответствующий документ, нижегородские аграрии смогут воспользоваться скидкой – сертификат на 250 тыс. руб. от партнеров программы и администрации Нижегородской области и еще 250 тыс. руб. от регионального Минсельхоза для приобретения новой техники. С учетом бонусов и компенсаций стоимость предлагаемых по программе новых машин снижается на 15...20%. В рамках программы во всех регионах планируется продать около 600 комбайнов.

Мировой кризис наглядно продемонстрировал, насколько взаимосвязаны все рынки и то, что будущий успех и процветание России зависит не от экспорта энергоносителей и количества нефтедолларов, а от степени развитости внутреннего рынка, в том числе машиностроения, сельского хозяйства и сильных брендов. Ежегодно в мире появляются тысячи новых товаров, причем 87,5% из них терпят фиаско. Россия испытывает острый дефицит в устойчивых национальных брендах, которые бы стали неотъемлемой частью современного имиджа сильной державы, идущей по инновационному пути развития. Машиностроительно-индустриальной группе «Концерн «Тракторные заводы» в рамках осуществляемой модернизации и реализуемых инвестиционных проектов, направленных на развитие НИОКР и выпуск новой продукции, удалось создать два мощных национальных бренда: ЧЕТРА (техника промышленного назначения) и АГРОМАШ (техника сельскохозяйственного назначения). На сегодняшний день продукция под этими марками отстаивает экспортные интересы России, вступая в жесткую конкуренцию с другими мировыми брендами. Оба отечественных современных машиностроительных бренда продвигаются под амбициозным и однозначным слоганом: «Сделано в России!».

Техника марки «АГРОМАШ» отличается от других представителей рынка сельхозмашин оригинальным дизайном, эргономичностью и узнаваемым внешним видом. Новый образ современного бренда, объединившего широкую линейку отечественной сельскохозяйственной техники нового поколения, был разработан для «Тракторных заводов» всемирно известной компанией Leo

Burnett. Дизайнерский бренд-портфель компании состоит из всемирно известных марок – Disney, McDonald's, Coca Cola, Fiat и др. В российском машиностроительном бренде «АГРОМАШ» учтены самые современные тренды по созданию аутентичности продуктов, рассчитанных на глобальные рынки. Научоёмкость конструкций всего модельного ряда обеспечивает бесперебойную работу техники в самых сложных условиях, независимо от климатического пояса и рельефа местности. Использование современных энерго- и ресурсосберегающих технологий в производстве, повышенная комфортабельность и возможность агрегатирования с широким спектром навесного оборудования, постоянное обновление и модификация модельного ряда с учетом реальных потребностей селян – вот далеко не полный перечень преимуществ, заслуживших признание техники «АГРОМАШ». Новинки, вышедшие под данным брендом и не имеющие аналогов в своем модельном ряде, – хлопковой трактор, крутосклонный комбайн и комбайн с полным электрическим приводом на все рабочие узлы.

Сегодня российский национальный бренд «АГРОМАШ» – это не просто новая торговая марка, это новый стандарт комплексного диалога с властью в рамках государственно – частного партнерства, одним из успешных примеров которого являются участие в программе по импортозамещению, первой в России программе по утилизации старых уборочных комбайнов и лесозаготовительных машин. Один из основных слоганов продвижения российской техники «АГРОМАШ» – «Работаем на результат». Он демонстрирует четкую ориентацию производителя на реальные потребности конечного потребителя, работа с которым не заканчивается на этапе выхода машины со склада дилера, а продолжается в течение всего жизненного цикла техники [5].

Какие планы у российских сельхозмашиностроителей?

Петербургский тракторный завод (входит в ГК «Кировский завод») в 2011 году начнет выпуск тяжелых тракторов новых серий. Это может укрепить позиции предприятия на рынке. ПТЗ планирует в 2011 году собрать опытно-промышленную партию сельскохозяйственных тракторов нового поколения К-9000 мощностью 360-550 л.с. из 10 машин. Кроме того, в текущем году ПТЗ начнет продажи еще одной новинки – промышленного трактора нового поколения «Кировец» К-708 мощностью 225-300 л.с. Эта техника будет интересна потребителю, уверены аналитики, так как модульная схема компоновки позволяет использовать трактор как многофункциональное транспортное средство. Эксперты отмечают своевременность новинок. Модернизация машин для сельского хозяйства позволит сохранить устойчивую долю ПТЗ на рынке тяжелых тракторов в России [6].

Алтайский кластер аграрного машиностроения в 2011-2013 гг. планирует организовать выпуск 15 новых наименований сельскохозяйственной техники, это позволит полностью удовлетворить потребности сельхозпредприятий Алтайского края в новых сельхозмашинах и орудиях. В конце 2010 г. в рамках региональной программы освоения производства сельскохозяйственных машин и орудий ЗАО «ТОНАР плюс» изготовило первые сеялки-культиваторы СКСС-2,5. В ближайшее время компания планирует наладить выпуск универсального

посевного комплекса «Тонар ПКК». ОАО «АСМ-Запчасть» начнет выпускать комбинированное почвообрабатывающее орудие КПО, ЗАО «Рубцовский завод запасных частей» – комбинированную почвообрабатывающую машину «Алмаз КПМ». Технические задания на создание почвообрабатывающей и посевной техники были разработаны Алтайским кластером аграрного машиностроения и Алтайской машиностроительной станцией. По данным краевой администрации, внедрение в аграрном комплексе Алтая техники нового поколения и новых форм организации использования машинных агрегатов позволит к 2025 г. сократить парк тракторов в хозяйствах в 1,6-1,8 раза, число сельскохозяйственных машин – в 2-3,3 раза. По расчетам, расход топлива на 1 га пашни при применении новых технологий и машин снизится в 1,5-3,1 раза. Напомним, некоммерческое партнерство «Алтайский кластер аграрного машиностроения» было зарегистрировано в апреле 2010 г. В его состав вошли около 20 промышленных предприятий, машиноиспытательные станции, вузы и банковские структуры. Основная задача кластера – создание системы по разработке инновационных технологий в области сельхозмашиностроения и их внедрение на базе промышленных предприятий региона [7].

Таким образом, на новом витке сельскохозяйственных реформ остро стоит необходимость производства и распространения технических и информационных средств модернизации агропромышленных предприятий. Инновационное развитие агропромышленного комплекса тормозится, прежде всего, низким технологическим уровнем промышленности, в том числе и сельскохозяйственного машиностроения. Именно в этой взаимосвязи необходимо искать пути как модернизации промышленности, так и сельского хозяйства. Необходимо создать условия для широкомасштабного перехода на новые технологии. Российские производители сельхозтехники подчеркивают необходимость на практике реализовать комплекс неотложных мер, включая повышение платежеспособности села, стимулирование внутреннего спроса, развитие кредитования и лизинга, поддержку экспорта, НИОКР, который позволит сельскому хозяйству стать высокотехнологичным, рентабельным и конкурентоспособным. Поэтому приоритетной задачей на современном этапе должно стать – развитие российского сельхозмашиностроения на современном мировом уровне.

Библиографический список

1. Российскому АПК – технологическую революцию // <http://www.soyuzmash.ru/informcenter/news/indexfag.php?news=5284>
2. АПК и сельхозмашиностроение // http://www.os1.ru/article/market/2010_08_A_2010_08_09-14_26_15/
3. Годовой отчет Министерства промышленности и торговли РФ за 2010 год // <http://www.minpromtorg.gov.ru/special/2010/0>
4. Сайт Ассоциации производителей сельхозтехники Росагромаш // <http://www.rosagromash.ru/ru/experts/34--103>
5. АГРОМАШ и ЧЕТРА: Сделано в России! // <http://sdelanounas.ru/blogs/3109/#cut>
6. «Кировец» против импорта // <http://www.rosagromash.ru/ru/news/33-lr>

ББК 65.29

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, УСЛОВИЯ И ФАКТОРЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В ГОРОДЕ РУБЦОВСКЕ

В.В. Манаев, И.И. Томашевич
Рубцовский индустриальный институт,
ОАО «Алтайтрансмашсервис», г. Рубцовск

На фоне общеэкономического кризиса ситуация в г. Рубцовске в значительной мере усугубляется рядом особенностей его экономики, сложившихся в ходе всего предшествующего развития. Экономические реформы и трансформация государственного управления выявили резкое несоответствие структуры экономики города возможностям автономного развития и самофинансирования. В промышленности трудовые ресурсы оказались сконцентрированы в основной отрасли, подвергшейся наибольшему спаду как по России в целом, так и в регионе.

Наиболее крупным сектором экономики г. Рубцовска, базирующимся преимущественно на собственных ресурсах, является агропромышленный комплекс. Однако в силу существенного диспаритета цен на реализуемую продукцию экономический кризис и не всегда продуманные реформы наиболее негативно отразились именно на промышленности г. Рубцовска. Все вышесказанное предопределило глубину экономического спада промышленности в г. Рубцовске, который оказался значительно существенней, чем в большинстве регионов России.

В этих условиях малое предпринимательство стало тем сектором, который оказал значительное влияние на общее состояние экономики города и наполняемость его бюджета. Каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности [1].

Малое предпринимательство в г. Рубцовске способствует решению следующих задач:

- формированию слоя собственников и тем самым появлению среднего класса, способствующего устойчивости общества;
- стимулированию роста влияния субъектов малого и среднего предпринимательства на экономику города и налоговые поступления в бюджеты всех уровней.
- созданию новых рабочих мест, в том числе в производственной и инновационной сферах;
- насыщению местных рынков товарами и услугами;
- развитию хозяйственных связей и экономической интеграции.

Говоря о развитии в г. Рубцовске малого предпринимательства, можно отметить следующее – ежегодно в городе регистрировались новые предприятия малого бизнеса и предприниматели без образования юридического лица.

По годам это выглядит, соответственно, так: 1999 год – зарегистрировано 35 малых предприятий, 1242 предпринимателя индивидуально – трудовой деятельности.

2000 год – зарегистрировано 29 малых предприятий, 856 предпринимателей индивидуально – трудовой деятельности.

2001 год – зарегистрировано 38 малых предприятий, 1179 предпринимателей индивидуально – трудовой деятельности.

2002 год – зарегистрировано 27 малых предприятий, 617 предпринимателей индивидуально – трудовой деятельности.

2003 год – зарегистрировано 21 малое предприятие, 815 предпринимателей индивидуально – трудовой деятельности.

2004 год – зарегистрировано 24 малых предприятий, 586 предпринимателей индивидуально – трудовой деятельности.

2005 год – зарегистрировано 43 малых предприятия, 786 предпринимателей индивидуально – трудовой деятельности.

2006 год – зарегистрировано 172 малых предприятия, 1184 предпринимателя индивидуально – трудовой деятельности.

2009 год – в городе занимаются экономической деятельностью 1699 малых предприятий и 6425 индивидуальных предпринимателя.

2010 год – 1755 субъектов среднего и малого предпринимательства и 5489 индивидуальных предпринимателей.

Снижение количества ИПБОЮЛ говорит о приведении в порядок учета отчитывающихся предпринимателей. В то же время имеется некоторое количество предприятий, которые находятся в стадии ликвидации, а всего за восемь лет с 1999 года по 2006 год было ликвидировано – 226 предприятий. Есть категория предприятий, которые бездействуют по три – четыре года и не отчитываются в налоговой инспекции, таких предприятий на конец 2006 года было 107, это та категория предприятий, с которыми предстоит проводить работу по самоликвидации или ликвидации в судебном порядке.

На конец 2009 года общее количество субъектов малого и среднего предпринимательства в городе насчитывалось 8028. Их взнос в экономику города – 32,5% от общего объема городского бюджета. В 2010 году эта цифра была на уровне 40%.

За годы становления и развития малого предпринимательства в г. Рубцовске заметно выросло количество малых предприятий и объем товаров и услуг. Так, в первые годы XXI века в городе малыми предприятиями уже производилось более 80 видов товаров и слуг, такие как:

- изготовление фарфоровой посуды высокохудожественных изделий (фирма «Снежинка»);
- изготовление мебели (фирма «Маклер» и еще более 10 различных фирм);
- резинотехнические изделия (фирма «Реверс»);
- хлебобулочные и кондитерские изделия (фирма «Виталий», «Содружество» и еще 8 других фирм);
- производство газированных напитков (фирма «Савой»);

- фармацевтические услуги (фирма «Маклер», «Витим», «Лидиана» и ряд других);
- общественное питание (кафе «Балтика», кафе «Космос» и ряд других, более 15 пунктов общественного питания);
- информационные услуги (фирма «Инфосервис»);
- реклама, телевидение, радиовещание (РТВ-3) и т.д.

Следует отметить, что только за последние семь лет предпринимателями открыто более 80 новых стационарных магазинов, которые украсили город, а некоторые просто приятно удивляют своим интерьером, ассортиментом и культурой обслуживания. В первую очередь, это такие магазины, как гастроном «Рубцовский», «Евромаркет», «Аякс», «Мария-Ра» и большое количество других магазинов, реализующих промышленные товары, бытовую технику, парфюмерию, продовольственные товары.

В 1996 году рубцовские предприниматели приняли участие в 1 съезде алтайских предпринимателей (с тех пор являются их постоянными участниками), где выставили свои товары такие предприятия, как кооператив «Снежинка» (фарфоровые изделия), чем очень удивили московских гостей и руководителей администрации края, а также фирма «Роема» (трикотаж), фирма «Кармен» (обогревательные устройства) и ряд других малых предприятий.

С целью популяризации предпринимательства, государственной поддержки производителей в системе малого и среднего бизнеса, а также поиска форм сотрудничества предпринимателей с нашими крупными предприятиями администрация города выступила инициатором организации и проведения в городе Рубцовске первой межрегиональной ярмарки в сентябре 1996 года «Малый бизнес. Алтай и сопредельные регионы. Пути сотрудничества».

Малое предпринимательство в г. Рубцовске также сделало первые шаги и во внешнеэкономической деятельности, установив связи с Казахстаном (фирма «Витязь», ТД «Каполиграф»), с Монголией (фирма «Трии», «Орион»), с Кыргызстаном (фирма «Старая компания», «Инсайдер»).

Необходимо отдать должное городской администрации по работе с субъектами малого предпринимательства в период 1996-2000 гг., именно в этот период было сделано очень много по развитию и укреплению субъектов малого предпринимательства. В эти годы была принята целевая программа развития малого и среднего бизнеса в городе Рубцовске, где были использованы следующие формы и методы взаимодействия между администрацией и малым предпринимательством:

- постоянно работал координационный совет по малому бизнесу при администрации города. В него входили представители от администрации города, Совета городских депутатов, предпринимателей и банкиров;
- ежегодно глава администрации города встречался с предпринимателями и руководителями малых предприятий;
- были проведены две межрегиональные выставки – ярмарки в городе Рубцовске, а также городская ярмарка услуг «Предприниматель – рубцовчанину»;
- проводились конкурсы среди предпринимателей на звание «Лучшая фирма», «Лучший предприниматель», «Лучший товар», «Спонсор года»;

- решением Рубцовского городского совета депутатов была утверждена муниципальная программа о поддержке и развитии малого и среднего предпринимательства в городе Рубцовске на 2008-2010 годы;

- стала традиционной встреча Главы города с предпринимателями в канун празднования Дня российского предпринимателя;

- в городе создан и пользуется популярностью у предпринимателей информационно-консультационный центр.

Активное участие в проведении вышеназванных мероприятий и их подготовке принимали предприниматели города, различные фирмы, предприятия, организации. Для финансирования лучших проектов по производству какого – либо товара или продукции был организован городской фонд развития малого предпринимательства. Предприниматели города оказывали постоянную спонсорскую помощь коллективам художественной самодеятельности, спортивным клубам, комитету солдатских матерей, женсовету, организациям бюджетной сферы. Постоянными меценатами в этом благородном деле выступали многие фирмы города, в том числе «Алтакир», «Старая компания», «Время», «Инсайдер», ГБУ «Развитие» и ряд других

Существенным фактором в развитии предпринимательства является закрытие крупных промышленных предприятий и высвобождение большого количества трудовых ресурсов. Анализ заявлений на открытие собственного бизнеса, по данным службы занятости, говорит об очень широком спектре интересов ставших невольными безработными граждан. В процентном отношении это выглядит следующим образом: 35% – производство ТНГ, 32% – оказание услуг населению, по 5% – торговля и животноводство и др.

В 2007 году было заключено соглашение между администрацией города и Рубцовским отделением №270 Сбербанка России по вопросам финансово-кредитных отношений по поддержке малого бизнеса. За прошедший период подготовлено 230 ходатайств на предоставление субсидий по банковским процентным ставкам, и таким образом привлечено 500 млн. рублей в экономику предпринимательства [2].

Малый бизнес может успешно развиваться, прежде всего, на базе партнерства с такими же малыми предприятиями. Малые предприятия очень близки по базовым характеристикам – идеологии, механизмам функционирования и управления и проч. [3].

Дальнейшее развитие малого предпринимательства в городе должно стать одной из приоритетных задач городского Совета и администрации, так как это одно из перспективных направлений в развитии экономики города. Это даст возможность не только производить новые товары и услуги, выполнять муниципальные заказы, занять население, высвобождающееся с крупных предприятий, но и решить многие социально – бытовые проблемы в городе.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации. ст. 34 ч 1.

2. Данные отдела по развитию предпринимательства Администрации г. Рубцовска.

3. ЭКО. 2010. №2. С. 133.

ББК 65.29

**ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ЗАДАЧИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ
И РАЗВИТИЮ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

В.В. Манаев, И.И. Томашевич

*Рубцовский индустриальный институт, ОАО «Алтайтрансмашсервис»,
г. Рубцовск*

В настоящее время в России идет активный процесс развития малого бизнеса. Это связано со стремлением граждан иметь свое дело, самостоятельно решать вопрос обеспечения себя и своей семьи материальными ценностями. Как показывает российский и зарубежный опыт, вклад малого предпринимательства в экономику трудно умалить. Около половины всего трудоспособного населения заняты именно в этом секторе экономики. Учитывая данные обстоятельства, изучение проблем малого бизнеса считаем значимым и важным делом. К сожалению, анализ ситуации в малом бизнесе позволят сделать вывод о том, что пока этот сектор предпринимательства использует еще далеко не все свои возможности. В России на долю малых предприятий приходится около 20% валового внутреннего продукта, тогда как в развитых странах этот показатель достигает 50-60%. На тысячу человек населения России приходится в среднем восемь малых предприятий, что в 5-7 раз ниже, чем в развитых странах. Считается, что российский малый бизнес, исходя из задач экономического развития, в перспективе может увеличить количество действующих предприятий до 3 млн. единиц, а занятость на этих предприятиях составит свыше 30 млн. человек [1, с. 19].

В данное время успешному развитию малого предпринимательства препятствует множество проблем. Прежде всего, это организационные проблемы, связанные с определением и отведением месторасположения, юридическим оформлением, регистрацией предприятия, открытием счета в банке и т.п.

Весьма важной является проблема формирования финансовой базы малого предпринимательства. Иногда собственного стартового капитала недостаточно, чтобы открыть дело, а получение заемных средств в виде кредитов часто затруднено из-за жестких условий коммерческих банков. Высокие процентные ставки, отсутствие льготных кредитов, безусловно, препятствуют развитию малого бизнеса.

Серьезными проблемами являются материально-техническое обеспечение сырьем, нехватка или отсутствие производственных помещений и оборудования, низкая квалификация персонала, недостаточная правовая защищенность деятельности предприятий. Существуют определенные трудности выхода на рынок, в том числе растущие транспортные расходы, значительное повышение цен на сырье и материалы, низкая покупательная способность населения и не-

платежеспособность потенциальных производственных потребителей продукции малых предприятий [2, с. 87].

Процесс развития малого бизнеса прямо или косвенно тормозит сложившаяся в нынешней России система налогообложения. Существующая система налогообложения заставляет платить достаточно высокий процент, включая большое число налогов, уплачиваемых с различных налогооблагаемых баз, требует заполнения огромного количества форм отчетности, сдаваемых в разное время в разные организации. Законодательная база противоречива, позволяет неоднозначно толковать законы, что приводит при исчислении налогов к неумышленным ошибкам. Действующая упрощенная система налогообложения для субъектов малого предпринимательства имеет ряд недостатков, делающих невозможным или нецелесообразным ее применение многими предприятиями. На упрощенную систему могут переходить малые предприятия с численностью работающих до 15 человек и если совокупный размер валовой выручки налогоплательщика не превышает сто тысяч кратного минимального размера оплаты труда. В предельно допустимую численность работников включаются не только штатные работники предприятия, но и совместители. Законодательно не проработана процедура перехода с традиционной на упрощенную систему налогообложения. Потребители продукции малого предприятия, перешедшего на такую систему налогообложения, не могут принять к зачету налог на добавленную стоимость. Многие владельцы малых предприятий отказываются от перехода на упрощенную систему налогообложения из-за необходимости предварительной уплаты налога в форме платы за патент. На отдельных предприятиях хозяйственная деятельность требует тщательного ведения аналитического учета, а переход на упрощенную систему налогообложения приводит к утрате контроля за деятельностью предприятия [3, с. 45].

Не снимает проблему налогообложения малых предприятий и введение единого налога на вмененный доход, который предусматривает перечисление авансовых платежей, а многие предприятия не имеют средств на их уплату.

Если предприятие помимо видов деятельности, с доходов от занятия которыми уплачивает единый налог, занимается и другими видами деятельности, то по этим видам оно должно уплачивать налоги в общеустановленном порядке, осуществляя раздельное ведение бухгалтерского учета результатов хозяйственной деятельности. Дополнительные проблемы в развитии малого предпринимательства возникли в связи с распадом институциональной инфраструктуры поддержки малого бизнеса, в центре которой находился Государственный комитет Российской Федерации по поддержке и развитию малого предпринимательства. Этот комитет был упразднен в ходе реорганизации Правительства России осенью 1998 года.

Ухудшение социально-экономической и политической ситуации в стране, недостаточная государственная поддержка, административные барьеры, несовершенство нормативно-правовой базы и системы налогообложения, недоступность кредитов способствовали расширению масштабов теневой деятельности в малом предпринимательстве. По данным Антимонопольного комитета Российской Федерации, в малом бизнесе не регистрируется до 50% малых фирм, ре-

альная занятость на малых предприятиях выше официальнопоказываемой примерно на 60%, реальный фонд заработной платы превышает отчетные показатели на 90%, оборот занижается в среднем на 70%. По этим и некоторым другим причинам малые предприятия недоплачивают в бюджеты различных уровней примерно в два раза больше того, что они фактически вносят.

Проведенный социологический опрос в мае 2005 года Российской ассоциацией развития малого предпринимательства на тему «Малый бизнес России. Проблемы и перспективы» в нескольких регионах РФ показал, что каждому региону страны присущи те же недостатки и проблемы, имеющиеся в работе малого предпринимательства, что и названы выше. Однако возможны и небольшие специфические отклонения в зависимости от деятельности исполнительной и законодательной власти на местах.

Согласно результатам анкетирования, возведение административных барьеров – обычная практика различных ветвей региональной власти в их отношении к малому предпринимательству. Применительно к деятельности органов представительной власти эти барьеры связываются респондентами, во-первых, с сохранением правовых коллизий, обусловленных институтом регистрации граждан (около 24%). Во-вторых, с налоговым правотворчеством или, наоборот, с отсутствием его, в результате чего либо появляются нормативные акты, прямо противоречащие федеральному законодательству, либо необоснованно ухудшается положение конкретных групп предпринимателей. В первом случае устанавливаются те или иные налоги и сборы, не предусмотренные общероссийскими правовыми актами (на подобные факты указали почти 90% респондентов). Прецеденты второго рода (отмеченные 64% участников опроса) – отмена льгот по единому налогу на вмененный доход для предпринимателей-инвалидов, непринятие актов, необходимых для реализации федерального или уже имеющегося регионального законодательства о поддержке малого предпринимательства.

В деятельности органов исполнительной власти нарекания респондентов вызывают дополнительные сборы за выдачу разного рода справок согласований, навязывание конкретных поставщиков, принуждение к финансированию социальных программ и общественных мероприятий, невозмещение предпринимателям расходов, осуществленных ими по требованию исполнительных структур.

Наибольшее число нарушений прав предпринимателей при выдаче справок органами санэпиднадзора и статистики, пожарными службами и учреждениями регистрации прав на недвижимость (бюро технической инвентаризации), при лицензировании и сертификации – речь идёт об установлении дополнительных или откровенно завышенных базовых сборов. Зачастую предоставление таких справок не предусмотрено действующим законодательством, есть и случаи передачи монополии на их выдачу коммерческим структурам, учреждаемым по инициативе органов власти. Следует иметь в виду, что значительное количество нарушений в этой сфере допускается волюнтаристски действующими конкретными должностными лицами.

Широко распространена и практика принудительных сборов на решении социальных вопросов. Такого рода поборы носят как официальный, установленный нормативными или иными актами характер (создание внебюджетных фондов, пополняемых в принудительном порядке), так и характер неофициальный (проведение за счет предпринимателей благоустройства территорий, восстановление за частный счет социальных объектов, выдача и реализация директивы о приоритетном приёме на работу высвобождаемых представителей определенных профессий). Невозмещение расходов (на это указали 40% респондентов) – ещё одна, причем незаконная, форма перекладывания социального бремени государства на частный бизнес (задействованная, например, при оказании предпринимателями транспортных услуг льготным категориям пассажиров без покрытия соответствующих затрат из регионального и местных бюджетов). Около 42% опрошенных сделали акцент на вышеупомянутом навязывании поставщиков, что кроме всего прочего, обостряет проблему монополизации рынков.

Часть предпринимателей отмечает труднодоступность или недоступность информации, необходимой для эффективного хозяйствования (к примеру, невозможно узнать о наличии свободных помещений для аренды). Это, по-видимому, свидетельствует о недостаточно высоком уровне информационной активности исполнительных органов власти и искусственном ограничении ими информационных потоков. Такое положение подтверждается содержащимися в ответах респондентов сведениями о практических шагах, которые они готовы сделать ради отстаивания своих прав на получение необходимой деловой информации. Опрос дал представление о связанных со всеми этими барьерами транзакционных издержек предпринимателей, зачастую либо превращающих бизнес в нерентабельный, либо перекладывающий соответствующее бремя на плечи потребителей. Более 50% всех опрошенных считают, что доля расходов на преодоление административных барьеров в конечной цене их продукции составляет 5-15%, а усредненная оценка по всей выборке – 6,5%.

Результаты анкетирования свидетельствует в пользу тезиса о выстраивании административных барьеров как об одном из главных методов воздействия на малое предпринимательство обеих ветвей региональной власти, причем на каждом уровне властной вертикали (вплоть до непосредственного исполнителя) устанавливаются новые дополнительные барьеры, которые считаются необходимыми для выполнения возложенных на чиновников этих уровней управленческих обязанностей (рис. 1) [4, с. 21].

Рис. 1.

Библиографический список

1. Блинов А.О. Российские проблемы и зарубежный опыт // Мировая экономика и международные отношения. – 1998 – №9. – С.18-21.
2. Лапуста М.Г., Поршнева А.Г., Старостин Ю.П., Скамай Л.Г. Предпринимательство. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 286 с.
3. Пелих А.С., Чумаков А.А., Баранников М.М. Организация предпринимательской деятельности. – М.: Март, 2002. – 336 с.
4. Ветров В.Г. Малое предпринимательство в России как общественное явление // Социально-гуманитарные знания. – 2007. – №2. – С. 15-21.

ББК 65.29

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РАЗРЕЗЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

А.А. Молоканова

Рубцовский индустриальный институт

Состояние малого бизнеса является одним из основных показателей уровня социально-экономического развития как региона, так и страны в целом. Предпринимательство в современном обществе выступает именно той сферой, где в полной мере можно использовать профессиональные качества, опыт и знания с большой социально-экономической отдачей [1]. Назову наиболее очевидные социальные функции предпринимательства – это создание достаточного количества рабочих мест для обеспечения занятости и самозанятости населения, а также среднего класса собственников, которые в экономически развитых странах составляют социальную и экономическую основу общества. В связи с этим задачи в отношении развития малого бизнеса ориентированы на рост производительности труда, улучшение технологической оснащенности и повышение инновационной активности в определенном секторе экономики.

Как показывает мировая практика, основными показателями, на основе которых предприятия различных организационно-правовых форм относятся к субъектам малого предпринимательства, являются, в первую очередь, средняя численность работников, занятых за отчетный период на предприятии, и, во-вторых, объем оборота (прибыли, дохода) предприятия. Также к критериям, на основе которых предприятия относятся к малому бизнесу, можно отнести:

- размер уставного капитала;
- величину активов.

Данные показатели, по которым можно судить об организационно-правовой форме того или иного предприятия, представим в таблице 1, указав пороговые значения для каждого из них [2].

В ряде научных работ под малым бизнесом понимается деятельность, осуществляемая небольшой группой лиц, или предприятие, управляемое одним собственником. Каждая организация, предприятие или иное учреждение со своей организационно-правовой формой в процессе своей деятельности автоматически закрепляет за собой некоторый диапазон цифр.

Таблица 1

Критерии определения малого бизнеса

Тип бизнеса	Число занятых на предприятии, чел.	Объем выручки, млн. руб.
«Микро»	От 1 до 15	60
«Малый»	От 16 до 100	400

На основе статистических данных, подготовленных Национальным институтом системных исследований проблем предпринимательства, проведем анализ изменения показателей по России и Сибирскому федеральному округу. В ходе анализа используем следующие параметры:

- количество зарегистрированных малых предприятий на 100 тыс. жителей;
 - среднесписочная численность работников на малых предприятиях;
 - общий объем оборота малых предприятий в Российской Федерации;
 - объем инвестиций в основной капитал на малых предприятиях.
- Данные представлены в таблице 2.

Таблица 2

Динамика развития малого предпринимательства в РФ и ее регионах за 3 квартала 2010 г.

Показатель	Количество зарегистрированных МП	Среднесписочная численность работников на МП	Общий объем оборота МП в Российской Федерации	Объем инвестиций в основной капитал на МП
по России	↓ 3,5%	↓ 3,0%	↑ 14,3%	↓ 2,8%
по Сибирскому федеральному округу	↓ 2,3%	↓ 1,2%	↑ 6,0%	↓ 5,9

По состоянию на 1 октября 2010 года количество зарегистрированных малых предприятий в целом по России уменьшилось по сравнению с 1 октября предыдущего года на 3,5%. То есть в России было зарегистрировано 219,7 тыс. малых предприятий, что на 3,5% меньше, чем по состоянию на 1 октября 2009 года. Количество малых предприятий в расчете на 100 тыс. жителей уменьшилось на 5,7 единиц и составило 154,8 единиц. В Сибирском федеральном округе общее количество малых предприятий в расчете на 100 тыс. жителей сократилось на 2,3%. Количество малых предприятий в расчете на 100 тыс. человек населения выросло в 46 регионах. В 37 регионах количество малых предприятий в расчете на 100 тыс. жителей снизилось.

Среднесписочная численность работников малых предприятий по итогам 2010 года (без учета внешних совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера) в целом по стране сократилась на 3,0% по сравнению с аналогичным показателем прошлого года и составила 5 575,2 тыс. человек. В большинстве федеральных округов среднесписочная численность занятых на малых предприятиях сократилась. В том числе в Сибирском федеральном округе – на 1,2%.

Единственным положительным показателем стал рост объема оборота малых предприятий, общий объем которого в Российской Федерации в 2010 году составил 7 111,5 млрд рублей, что на 14,3% выше аналогичного показателя 2009 года (с учетом индекса потребительских цен рост составил 6,9%). В 2010 года объем оборота МП по сравнению с аналогичным показателем прошлого года вырос в 62 регионах. Наиболее значительный рост показателя отмечен и в Сибирском федеральном округе – 6,0%. Наиболее вероятное объяснение состоит в том, что руководители МП по итогам кризиса сделали выводы и увеличили эффективность предприятий.

Объем инвестиций в основной капитал на МП за 3 квартала 2010 года в целом по РФ составил 163 079,0 млн рублей, что на 2,8% ниже показателя за аналогичный период прошлого года (с учетом индекса потребительских цен показатель сократился на 9,1%). В Сибирском федеральном округе данный показатель имеет отрицательную динамику – снижение на 5,9% [4].

Итоги исследования динамики развития малого предпринимательства в регионах России 2010 года отразим на рисунке 1.

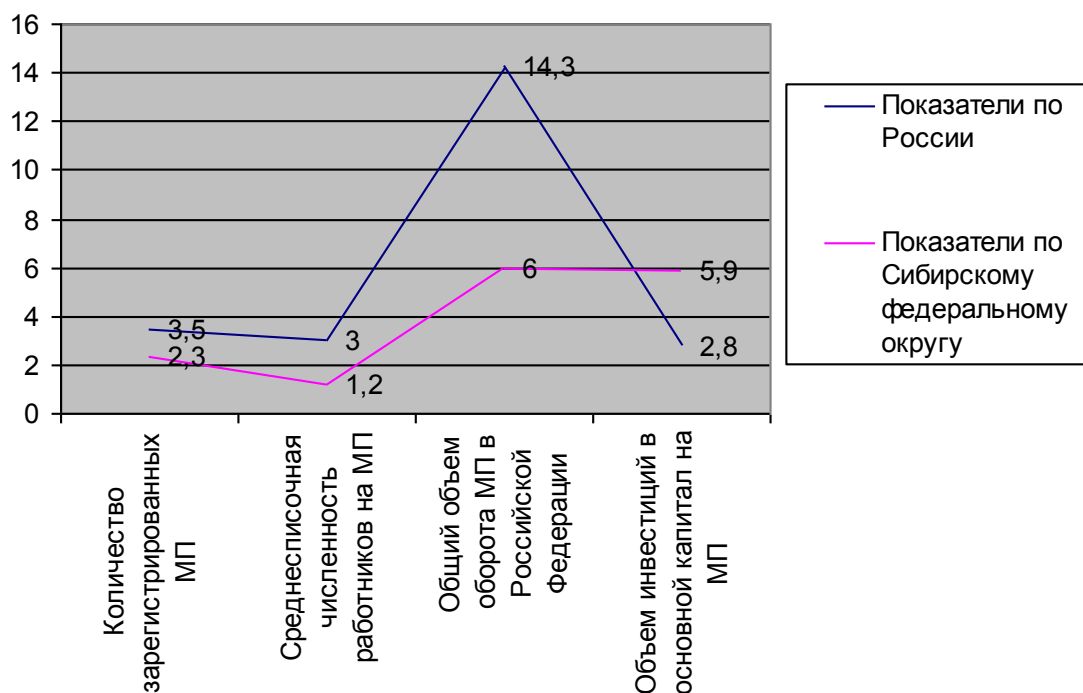


Рис. 1. Итоги исследования динамики малого предпринимательства в РФ и ее регионах за 3 квартала 2010 г.

В целом по стране в 46 регионах увеличилось количество зарегистрированных малых предприятий. Рост среднесписочной численности занятых на малых предприятиях России был отмечен в 44 регионах, объемов оборота – в 63 регионах; инвестиций в основной капитал малых предприятий – в 33 регионах.

На основе вышеизложенных статистических данные перейдем к более глубокому анализу, непосредственно касающемуся Алтайского края и линии поведения малого бизнеса в различных аспектах экономики.

В 2010 году на малых предприятиях Алтайского края произошло улучшение основных показателей деятельности. Темп роста инвестиций в основной капитал малых предприятий составил 152,3% к аналогичному периоду 2009 г. В структуре объема инвестиций малых предприятий наибольшая сумма приходится на сельское хозяйство – 50,8% , на обрабатывающие производства – 27%. Темп роста инвестиций в основной капитал малых предприятий Алтайского края в 2010 году был одним из самых высоких среди субъектов Сибирского федерального округа. На 10 млрд 426,5 млн рублей по сравнению с 2009 годом увеличился оборот малых предприятий. По итогам 2010 года данный показатель составил 89 млрд 750 млн. рублей.

По данным территориального органа Федеральной службы Государственной статистики по Алтайскому краю, на начало 2010 года количество субъектов малого и среднего предпринимательства в крае составляло 101 796 единиц, в том числе 368 – средние предприятия, 27 628 – малые предприятия (включая микропредприятия), 73 800 – индивидуальные предприниматели. По количеству малых предприятий Алтайский край по итогам первого полугодия 2010 года занимает 6 место среди субъектов Сибирского федерального округа и 23 место среди регионов России. По данным Минэкономразвития России, удельный вес малого и среднего предпринимательства Алтайского края в общероссийском объеме составляет 1,75%, что позволяет занимать 17 место среди всех субъектов Российской Федерации.

В Алтайском крае рост оборота малых предприятий (без учета микропредприятий) составил 37902 млн. рублей, или 115% к аналогичному периоду 2009 г. По данному показателю Алтайский край занимает 27 место среди субъектов Российской Федерации.

Также на малых предприятиях края в первом полугодии текущего года произошло увеличение среднесписочной численности занятых. Без учета совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера рост числа занятых на данных предприятиях к периоду 2009 г. составил 103,66%.

Среднемесячная начисленная заработная плата одного работника малого предприятия составила в этом году 8243 рублей, или 112% к аналогичному периоду 2009 г. [3].

В целом, по оценке экспертов Национального института системных исследований проблем предпринимательства, итоги деятельности малых предприятий в первом полугодии 2010 года в регионах страны, в том числе в Алтайском крае, оцениваются как умеренно позитивные.

Темпы роста рассчитаны относительно 2010 г. к 2009 г. и представлены на рисунке 2, где наглядно изображена динамика показателей, характеризующих развитие малого бизнеса.

Поддержка малого бизнеса является одной из приоритетных задач правительства Российской Федерации. На совещании, которое проводилось 1 марта 2011 года, Президент Российской Федерации Дмитрий Медведев выделил основные направления в развитии программы поддержки малого предпринимательства в 2011 году.

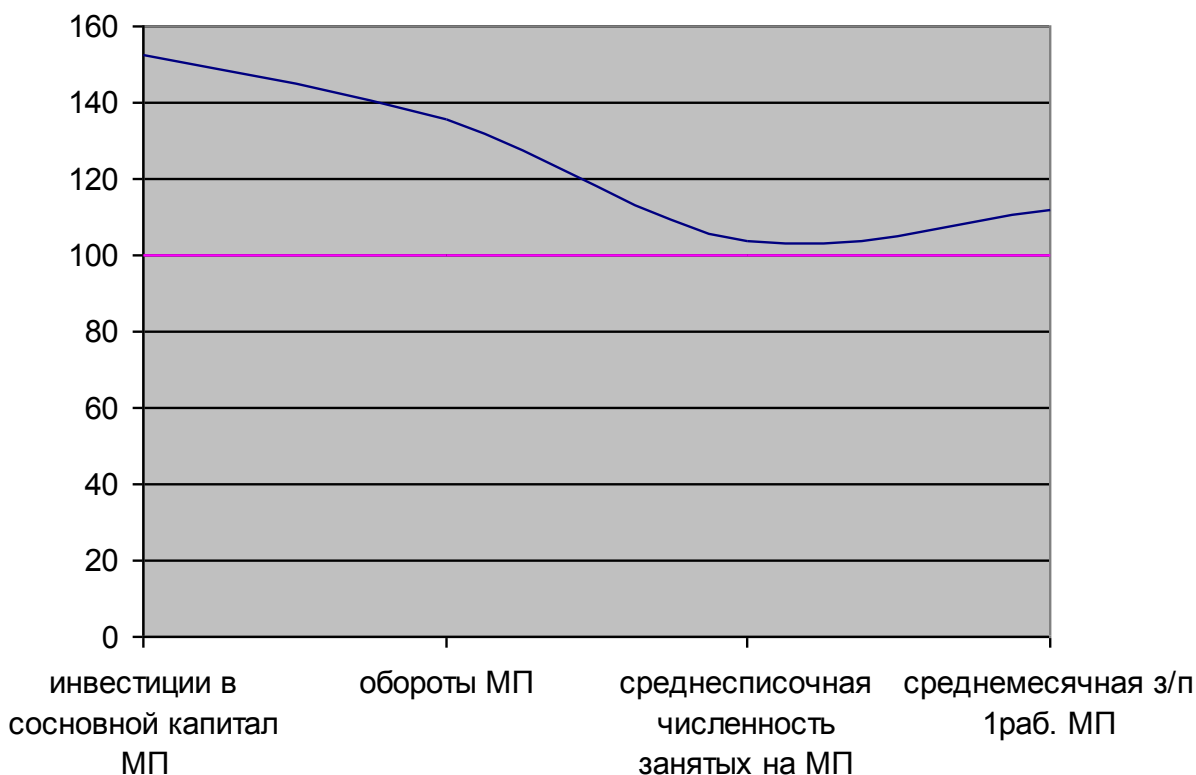


Рис. 2. Тенденция развития малого бизнеса в Алтайском крае, I полугодие 2010 г.

Прежде всего, был поставлен вопрос об увеличении финансирования льготной программы кредитования, которая действует в настоящее время, а также решено предусмотреть финансовую поддержку различным регионам нашей страны на реализацию программ поддержки малого бизнеса в 2012 году. Большинство регионов РФ имеют собственные программы поддержки малого бизнеса в 2011 году. В соответствии с данными программами, начинающие предприниматели могут получить грант на открытие собственного дела, кредит по льготной процентной ставке, а также приватизировать или взять в аренду помещение, необходимое для производственной или коммерческой деятельности. Кроме того, многие региональные программы поддержки малого предпринимательства в 2011 году также включает в себя проведение различных конкурсов, конференций и форумов, на которых предприниматели смогут продемонстрировать свои достижения, а также найти партнеров для ведения бизнеса [5].

Малый бизнес выполняет ряд важнейших экономических и социальных задач. Помимо налоговых отчислений в бюджеты всех уровней, малый бизнес развивает экономический сектор, создает дополнительные рабочие места, способствует конкуренции.

Как и любой процесс, будь то организационный, будь то касающийся конкретного предприятия, требует новых направлений, так и малый бизнес в Алтайском крае, находящийся в стадии развития и недостаточно адаптированный к изменениям внешней и внутренней среды, имея свои проблемы и неустояв-

шуюся позицию, в целом находится в верном направлении, для того чтобы по праву занять свою нишу в экономике не только края и региона, но и страны в целом.

Библиографический список

1. Попов В.М., Ляпунов С.И. Практика малого бизнеса. – М., 2001.
2. Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. N209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации".
3. <http://www.altaicpp.ru>
4. <http://www.allmedia.ru/newsitem.asp?id=891613>
5. <http://www.dsmb.ru/>

ББК 65.04

УДК 332.1

**ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ КАК ОДИН ИЗ ЭЛЕМЕНТОВ
ИНВЕСТИЦИОННОГО МЕХАНИЗМА ЖИЛИЩНОГО
СТРОИТЕЛЬСТВА**

Д.А. Мурзагулова

Горно-Алтайский государственный университет

Жилищная проблема в России до сих пор остается нерешенной. Особенно она обострилась на переходном этапе формирования рыночных отношений в российской экономике. Для этой стадии характерен отказ государства от роли главного инвестора жилищного строительства, с одной стороны, и отсутствие надежного механизма привлечения денежных средств населения и внебюджетных инвесторов финансирования жилищной сферы – с другой.

Советская система жилищного финансирования характеризовалась централизованным распределением бюджетных ресурсов для строительства государственного жилья и его бесплатным распределением гражданам, официально признанным в установленном порядке, нуждающимся в улучшении жилищных условий. Государственный бюджет всегда являлся основным источником финансирования жилищного строительства, дополняемым лишь незначительными вложениями со стороны предприятий, что выразилось в практическом отсутствии в России, в начале экономических реформ, механизмов самостоятельного участия населения в решении жилищных проблем. Кредитование осуществлялось только в сфере строительства нового жилья индивидуальными застройщиками или жилищными кооперативами, но не при покупке готового жилья. В период реформ 1991-1999 гг. в сфере жилищного финансирования произошли серьезные изменения. Важные изменения произошли и в структуре источников финансирования жилищного строительства [3].

Активно формируются такие сегменты рынка, как фондовый, ценных бумаг, ссудного капитала и жилищный рынок. Законодательно оформлены организационно-правовые основы, позволяющие вовлекать недвижимость в экономический оборот, используя механизм ипотечного кредитования. Вопросы

влияния специфики социально-экономического развития регионов на формирование жилищного рынка и применение такой формы финансирования инвестиций в недвижимость, как ипотечное кредитование, оказались наименее разработанными направлениями экономической науки. Остро стоит вопрос о роли и месте органов управления всех уровней: от государственного до местного – в становлении и развитии рыночных форм жилищного кредитования. Поиск эффективных подходов организации рынка жилья на региональном уровне определяет разработку механизма жилищного ипотечного кредитования. Отсюда, под механизмом взаимодействия в сложной экономической системе понимается набор организационных, правовых, экономических, финансовых правил, регламентирующих взаимодействие элементов внутри системы и с внешней средой в жилищном ипотечном кредитовании. Экономические методы и экономические рычаги механизма ипотечного кредитования представляют собой функциональную управляющую подсистему, или научно-технический инструментальный механизм, и организационно-технологическое, нормативно-правовое, информационно-аналитическое обеспечение представляют собой обеспечивающую подсистему механизма. Совокупность инвестиционных механизмов весьма разнообразна. Особое место в ней занимают инвестиционные механизмы жилищного строительства, в которых особняком стоит механизм ипотечного кредитования.

Основными рычагами механизма ипотечного кредитования являются: величина начального взноса от стоимости приобретаемого жилья, длительность срока кредитования, процентная ставка за кредит, процедура погашения основного долга и выплаты процентов. Кроме названных рычагов, на доступность ипотечного кредитования оказывают влияние: налоговое регулирование, ценовая политика в сфере жилищного строительства и жилищно-коммунального обслуживания. На основе этих подсистем разрабатываются принципы и правила взаимодействия элементов системы между собой и внешней средой в конкретных инвестиционных отношениях: бюджетное финансирование, кредитование, ценообразование, налогообложение, страхование, исполнение обязательств перед строительным комплексом, инвесторами и другие (рис. 1).

Экономические методы: как управляющая подсистема механизма жилищного ипотечного кредитования должна:

– решать задачи экономического анализа, связанные с исследованием свойств заданного механизма или множества механизмов функционирования, т.е. анализа существующих данных и разработки информационных стандартов и стандартов андеррайтинга для сбора данных в будущем, особое значение имеет анализ программ ипотечного кредитования;

– прогнозировать развитие ипотеки с учетом самых важных параметров жилищного ипотечного кредита: размер процентной ставки, первоначального взноса и требования к подтверждению доходов, именно они делают жилищный кредит доступным большинству заемщиков;

– планировать регулирование условий соглашения между банками и страховщиками в рамках сделок по ипотечному кредитованию, а также планировать программы жилищного ипотечного кредитования;

– моделировать набор нормативов ипотечного кредитования, это принципиальный подход к моделированию, в котором будут отражены сроки погашения, возможно и моделирование досрочного погашения;



Рис. 1. Структура инвестиционного механизма жилищного ипотечного кредитования

– наряду с увеличением объемов строительства необходимо стимулирование покупательской способности жителей посредством бюджетных денежных средств в виде субсидий, программ поддержки молодых семей, военнообязанных, участников боевых действий и т.д.;

– проводить экономический анализ в целях правильного и прозрачного назначения цен на страховые продукты и создания достаточных резервов на случай возможных убытков;

– необходимо формирование жилого фонда, как инвестируемого средства в жилищное строительство. Это жилье на разной стадии готовности, которое позволит маневрировать квартирами, домами исходя из необходимости соблюдения социальных норм в каждом конкретном случае.

При изучении и построении механизмов ипотечного кредитования с учетом взаимодействия экономических методов (экономический анализ, прогнозирование, планирование, моделирование, регулирование, стимулирование, резервирование, маневрирование) и рычагов (начальный взнос от стоимости жи-

ля, инвестиции, налоги, прибыль, цена, длительность срока кредитования, процентная ставка за кредит, процедура погашения основного долга и выплаты процентов) как функциональная часть управляющей подсистемы во взаимосвязи с обеспечивающей составной (организационно-технологическое, нормативно-правовое, информационно-аналитическое, проектное, кадровое обеспечения) необходимо помнить о влиянии этого механизма на внешнюю среду в виде принципов и правил взаимодействия элементов системы ипотечного кредитования, после чего производится процесс управления на экономические отношения такие, как бюджетное финансирование, кредитование, страхование, ценообразование, налогообложение, исполнение обязательств перед строительным комплексом и инвесторами, фондообразование и т.д.

Жилищное ипотечное кредитование можно трактовать как процесс привлечения инвестиций в жилищную сферу через механизм залогового кредитования, благодаря государственной регистрации прав на недвижимое имущество создаются прочные основы для гражданского оборота жилья и рефинансирования кредиторов, выдающих ипотечные кредиты.

Управление региональной системой жилищного ипотечного кредитования, как целенаправленное воздействие со стороны субъектов управления на управляемый объект, основанное на совокупности экономических законов и категорий, методов, приемов и технических средств, осуществляемое с целью повышения эффективности инвестиционного процесса финансирования жилищной сферы региональной экономики, можно представить в виде трех взаимосвязанных и взаимозависимых блока (рис. 2).

Все вышесказанное относится к ипотечному кредитованию, как одному из элементов инвестиционного механизма жилищного строительства.

Особенности инвестиционного механизма в жилищном строительстве связаны с особенностями строительства, как сферы производственной деятельности: капиталоемкость; материалоемкость; длительность производственного цикла, прочная привязанность к конкретному участку; заказное ведение работ; большое количество непосредственных участников инвестиционного цикла (инвесторы; заемщики; кредитные организации; государство; страховые компании; оценщики; риэлторы и др.).

Если мы хотим добиться эффективной работы цепочки экономически связанных между собой объектов, то такой орган, реализующий механизм жилищного строительства, должен играть роль координатора и формального бюрократического устройства, способного доводить до каждого участника инструкции, нормативы, положения и др., т.е. осуществлять правовое и нормативное обеспечение инвестиционного механизма. В качестве такого органа может выступать в инвестиционном механизме особый оператор, например, «Агентство по ипотечному жилищному кредитованию» (АИЖК).

Основная проблема ипотечного кредитования – недостаток долгосрочных финансовых ресурсов. Одним из источников долгосрочных средств являются вклады частных вкладчиков [4].

<i>Система управления жилищным ипотечным кредитованием</i>		
<i>Субъект управления</i>	<i>Экономический механизм</i>	<i>Объект управления</i>
заемщики	<i>Форма ЖИК (жилищного ипотечного кредитования)</i>	жилой дом
кредитная организация	первоначальный взнос от стоимости приобретаемого жилья	квартира
инвесторы	длительность срока кредитования	доли в домах
государство	процентная ставка за кредит	доли в квартирах
страховые компании	процедура погашения основного долга	комнаты в общежитии
оценщики	выплата процентов	
риэлторы		
центры регистрации недвижимости		

Рис. 2. Схема системы управления механизмом жилищного ипотечного кредитования

Государственные регуляторы и рыночные саморегуляторы должны способствовать достижению оптимальной структуры и инфраструктуры инновационно-инвестиционной деятельности и деятельности конкретных субъектов экономических отношений как экономики в целом, так и строительных предприятий в частности [2, с. 114].

Предметом основной деятельности «АИЖК» является финансово-хозяйственная деятельность по развитию механизма (системы) ипотечного жилищного кредитования, обеспечение притока инвестиционных ресурсов в сферу ипотечного жилищного кредитования, а также формирование механизма защиты прав и законных интересов инвесторов.

В соответствии с целью и предметом задачами основной деятельности являются:

1) Разработка и внедрение единых стандартов, норм и процедур долгосрочного ипотечного кредитования с целью снижения рисков всех участников рынка и увеличения доступности кредитных ресурсов для заёмщиков.

2) Направление собственных средств и привлеченных инвестиционных ресурсов на рефинансирование кредитных организаций, предоставляющих ипотечные жилищные кредиты и займы, путём приобретения прав требования по ипотечным кредитам и займам, выданным на приобретение (строительство) жилых домов и помещений и обеспеченным ипотекой, покупки закладных, а также рефинансирование в иных формах.

3) Направление собственных средств и привлеченных инвестиционных ресурсов на предоставление займов кредитным организациям с целью выдачи физическим лицам кредитов на приобретение (строительство) жилых домов и помещений.

4) Привлечение денежных средств путём эмиссии облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг, целевых займов и в иных формах.

5) Размещение собственных и привлеченных денежных средств в финансовые инструменты кредитных и других организаций.

6) Формирование механизмов защиты законных прав и интересов инвесторов с целью снижения стоимости привлекаемых ресурсов.

7) Оказание технического содействия банкам, другим кредитным институтам в организации рациональной практики проведения операций ипотечного кредитования и разработки кредитных инструментов.

«АИЖК» является региональным оператором федеральной программы ипотечного кредитования, создана инфраструктура, включающая банки, выступающие в роли первичных кредиторов, риэлтерские, оценочные и страховые компании, что позволяет в минимальные сроки совершить ипотечную сделку.

К основным участникам предоставления услуг на рынке ипотечного жилищного кредитования, входящим в инфраструктуру, относятся: корпоративные региональные операторы, первичные кредиторы, страховые компании, оценочные компании, депозитарий, инвестиционно-строительные компании (строительные компании), риелторские компании, коллекторские компании.

Как было отмечено выше, для организации деятельности по выдаче ипотечных и жилищных кредитов (займов) и их дальнейшего сопровождения банк осуществляет долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество с основными участниками рынка ипотечного жилищного кредитования. Особенности продукции строительства также определяют характер инвестиционного механизма: длительный (до 100 и более лет) срок эксплуатации; большое социальное значение готовой продукции, редкость (нет абсолютно одинаковых объектов недвижимости); возможность положительного либо отрицательного влияния нового строительства на стоимость прилегающих земель и зданий; территориальные особенности; целевое назначение.

В ходе формирования структуры инвестиционного механизма жилищного ипотечного кредитования огромное влияние оказывает целый комплекс условий и факторов, среди них:

1. Экономические факторы: общий уровень развития экономики региона; состояние отраслей производства; инвестиционная активность; платежеспособность населения; развитая система страхования различных экономических рисков, связанных с ипотекой; наличие современных высокоинтеллектуальных макроэкономических и микроэкономических компьютерных экспертных систем, помогающих оценить риски и доходность по ипотечным кредитам.

2. Политические факторы: стабильность общественной системы и предсказуемость политических режимов, наличие или отсутствие внешней военной угрозы; внутренняя безопасность страны.

3. Правовые факторы определяются наличием нормативно-правовой базы, способной защитить права собственности и обеспечить эффективность ипотечных операций; включают создание системы государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним; реализацию прав кредитора на взыскание долга в случае неисполнения должником своих ипотечных обязательств.

4. Исторические условия и факторы: особую роль играют традиции накопления средств или их отсутствие, а также отношение населения к кредиту; особенности формирования земельного права.

5. Социальные факторы связаны с формой государственной поддержки граждан, уровнем доходов населения и адаптивностью существующих региональных жилищных ипотечных программ территориальной социально-экономической обстановке.

6. Организационные факторы определяются теоретической разработанностью вопросов ипотечного кредитования применительно к уровню социально-экономического развития региона; наличием регионального опыта применения различных схем жилищного ипотечного кредитования; существование единых стандартов процедуры выдачи и обслуживания жилищных ипотечных кредитов и др. [1, с. 8-9].

Внедрение механизма жилищного ипотечного кредитования позволит устранить наиболее существенные факторы, сдерживающие формирование и развитие системы жилищной ипотеки. Факторы, сдерживающие формирование и развитие жилищного ипотечного кредитования, можно классифицировать на три основные группы (рис. 3):

- первая группа включает в себя факторы, объединенные по признаку зрелости фондового рынка;
- вторая группа – по наличию платежеспособного спроса населения;
- третья группа – по стоимости кредитных ресурсов.

Совершенствование механизма ипотечного кредитования по экономическим основам жилищного ипотечного кредитования должно включать следующие предложения:

1. Минимизировать риски инвесторов, приобретающих долгосрочные ипотечные ценные бумаги, путем создания рынка плавающих ставок. В основе долгового рынка должна преобладать ориентация на плавающую процентную ставку, так как она отражает реальную ситуацию в экономике.

2. Минимизировать риски заемщиков, связанные с отсутствием открытой информации об объектах жилой недвижимости путем создания Единого кадастра недвижимости.

3. Оптимизировать обращение залоговых бумаг, запустив конвейер рефинансирования и секьютиризации ипотечных кредитов. Для этого необходимо переориентировать государственную поддержку с первичного рынка, то есть с выкупа кредиторов, на вторичный – выкупа так называемых «хвостов», долгосрочной части обязательств.

4. Ввести в оборот ипотечные ценные бумаги, обеспеченные ликвидным залогом – недвижимостью, приобретенные на кредитные средства.

5. На наш взгляд, разрабатываемый путь механизма жилищного ипотечного кредитования с использованием различных комбинаций промежуточных форм и схем жилищного инвестирования, а также сформированная поэтапная трансформация разнообразных моделей и финансовых инструментов залогового кредитования жилья создаст основу для вовлечения недвижимости в гражданский оборот и разовьет региональную систему жилищного строительства.



Рис. 3. Классификация факторов, сдерживающих развитие жилищного ипотечного кредитования

Библиографический список

1. Ганжа С.В. Совершенствование организационно-экономических подходов к формированию региональной системы управления жилищным ипотечным кредитованием (на примере Алтайского края). : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.05. / С.В. Ганжа. – Алтайский государственный университет. – Барнаул, 2006. – 24 с.
2. Кошелев В.А. Совершенствование регулирования рынка жилищного строительства для снижения инновационных рисков строительных организаций [Текст] / В.А. Кошелев. – Экономические науки. – 2010. – №11.
3. Печатникова С.М. Основные направления и перспективы создания механизма ипотечного кредитования в России [Текст] / С.М. Печатникова. – Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – №1.
4. Татарова А.В. Оценка недвижимости и управление собственностью [Электронный ресурс] / А.В. Татарова. – Таганрог: Изд-во ТРТУ. – 2003. – Режим доступа: <http://lib.ssau.ru>.

УДК 631.15:636.2.034

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА

О.В. Никифорова

ЧОУ ВПО «Институт социальных и гуманитарных знаний», г. Казань

Государственное регулирование развития отечественного молочного скотоводства является необходимым условием решения проблемы продовольственной безопасности страны в молочных продуктах питания. При этом уровень организации молочного производства оказывает непосредственное влияние на

развитие перерабатывающей и пищевой промышленности, систему торговли, насыщенность рынка молочными продуктами.

Продовольственная безопасность страны, являясь неотъемлемой частью национальной безопасности, занимает особое место среди различных ее видов, поскольку продовольствие служит базовым показателем жизнедеятельности человека.

Уровень и качество питания населения характеризуют степень его социально-экономического развития и на 70% определяют здоровье и продолжительность жизни человека. Исходя из этого, продовольственную безопасность страны можно понимать как способность государства обеспечить каждого человека экономической доступностью качественного продовольствия, преимущественно отечественного производства, на уровне научно обоснованных норм питания [1, с. 88].

Продовольственное обеспечение населения страны – одна из главных задач государства. Для решения этой проблемы принимаются специальные законы и программы, определяются подходы государства к сельскохозяйственному производству как к особой отрасли экономики, имеющей стратегическое значение. Без собственного отечественного продовольствия все составляющие национальной продовольственной безопасности сводятся к нулю. Одним из наиболее важных критериев продовольственной безопасности в мире считается степень самообеспеченности основными видами продовольствия и уровень их переходящих запасов.

До сих пор сохраняется высокая и необоснованная импортная зависимость страны по отдельным видам сельскохозяйственной продукции и продовольствия. Так, за счет импорта формируется до 40% ресурсов на продовольственном рынке. По мясу его доля оценивается в 47%, по молоку – 25%. Тенденция к росту импорта сохраняется, а по животноводческой продукции даже усиливается.

Все это существенно снижает экономическую безопасность и значительно ущемляет национальные интересы России и Татарстана. Активизация импорта также тормозит создание развитого общего аграрного рынка стран СНГ и ЕврАзЭС.

Прирост импорта сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия существенно опережает по темпам прирост валовой продукции сельского хозяйства и производства пищевых продуктов в России. Доля импорта продовольственных товаров превышает в нашей стране пороговую величину продовольственной безопасности на 10-15%. Особенно опасной складывается ситуация с обеспечением крупных городов, промышленных центров и отдельных регионов, которые на 50-70% зависят от импортных поставок продовольствия.

Конечно, это ведет к сужению возможностей развития отечественного агропромышленного производства и даже к его спаду.

Несмотря на рост импорта, потребление населением основных продуктов питания значительно ниже рекомендуемых норм. Обеспеченность основными продуктами питания по отношению к рекомендуемым рациональным размерам их потребления составляет: по мясу и мясопродуктам – 68%, по молоку и моло-

копродуктам – 61, по яйцу – 88, по рыбе и рыбопродуктам – 56, по овощам и бахчевым – 76, по фруктам и ягодам – 72%. Потребление сахара, картофеля, хлебопродуктов соответствует рекомендуемым нормам.

Среди основных причин сложившегося социально-экономического состояния агропромышленного производства страны как основы обеспечения продовольственной безопасности страны следует выделить: низкие темпы структурно-технологической модернизации отрасли, обновления основных производственных фондов и воспроизводства природно – экологического потенциала. За годы аграрных преобразований научно-технический уровень агропромышленного производства России отстал от мирового уровня на целую смену базовой технологии, а по технике – на 2-3 поколения; неблагоприятные общие экономические условия функционирования сельского хозяйства, неудовлетворительный уровень развития рыночной инфраструктуры, затрудняющий доступ сельскохозяйственных товаропроизводителей к рынкам финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, готовой продукции; низкую доходность сельскохозяйственного производства; дефицит квалифицированных кадров, вызванный прежде всего низким уровнем и качеством жизни в сельской местности [7, с. 1].

Такое положение дел в стране способствовало принятию Доктрины «О продовольственной безопасности РФ» в 2009 году. Данный документ утвержден для реализации целей государственной экономической политики в области обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации, направленной на надежное обеспечение населения страны продуктами питания, развитие отечественного агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов, оперативное реагирование на внутренние и внешние угрозы стабильности продовольственного рынка, эффективное участие в международном сотрудничестве в сфере продовольственной безопасности. Основной целью доктрины является самообеспечение страны качественной российской сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием на уровне не менее 80% от потребности, а по наиболее значимым продуктам, таким как мясо, молоко, зерно, – на уровне 85-95% [2].

Создание эффективных механизмов государственного регулирования и поддержки – одно из главных условий вывода отрасли из глубокого кризиса и дальнейшего эффективного его развития. Однако важен не только объем инвестиций в отрасли, но и их качественное использование. В связи с этим необходимо осуществлять переход к кластерному ведению животноводства. Центром таких кластеров являются крупные селекционные предприятия, обладающие собственными племенными ресурсами, достаточными для обеспечения потребностей предприятия без завоза скота извне [4, с. 2].

Положительное влияние на рост объемов производства и реализации молока оказывает увеличение объема инвестиций в молочное скотоводство. Мероприятия по повышению инвестиционной привлекательности молочного скотоводства основаны на предоставлении субсидий по возмещению части затрат, связанных с реализацией комплексных инвестиционных проектов, которые направлены на создание новых эффективных производств, развитие производст-

венной инфраструктуры регионального значения и комплексное техническое перевооружение организаций молочного скотоводства. Механизм реализации должен заключаться в субсидировании части затрат сельскохозяйственным товаропроизводителям, связанных с реализацией комплексных инвестиционных проектов в молочном скотоводстве; субсидировании части затрат перерабатывающим предприятиям на реализацию инвестиционных проектов, которые позволяют использовать ресурсоемкие технологии переработки молока и молокопродуктов [3, с. 2].

Для восстановления и развития молочного скотоводства в РТ принята целевая отраслевая программа: «Развитие молочного скотоводства в Республике Татарстан на 2009-2012 годы».

Цель программы: создание технологических и экономических условий для устойчивого развития молочного скотоводства и увеличения объемов производства молока с 1818,8 тыс. тонн в 2008 году до 2100 тыс. тонн в 2012 году, повышение конкурентоспособности производства молока на основе роста эффективности молочного скотоводства, его динамичного и сбалансированного роста. Объем финансирования на реализацию программы на период 2009-2012 годы составляет в ценах соответствующих лет 46675,8 млн. рублей, в том числе за счет бюджета Республики Татарстан 6727 млн. рублей. Производство молока к 2012 году увеличить до 2100 тыс. тонн. Средний надой от 1 коровы в 2012 г. – 5000 кг, выход телят на 100 маток довести с 83 до 85 голов в 2012 году. Довести производство молока на душу населения до 560 кг в год [5, с. 5]. Для достижения намеченной цели необходимо решение следующих задач:

- укрепление племенной базы молочного скотоводства;
- увеличение производства молока;
- реализация мер по регулированию рынка молока.

Для решения поставленных задач выделяются:

- субсидии на содержание маточного поголовья в племязаводах и племярепродукторах – 174 млн. рублей;
- субсидии на закупку племенного молодняка – 343,2 млн. рублей;
- субсидии на приобретение быков-производителей – 14 млн. рублей;
- содержание быков-производителей – 26 млн. рублей;
- субсидии на закупку эмбрионов и семени быков – производителей молочных пород 33 млн. рублей;
- субсидии на искусственное осеменение 359,2 млн. рублей;
- создание центров по оказанию сервисных услуг в области воспроизводства КРС 7,2 млн. рублей;
- увеличение удельного веса племенного поголовья в общей численности КРС с 13% до 18% в 2012 году;
- увеличение реализации племенного молодняка ежегодно на 15%;
- приобретение племенного молодняка не менее 10 тысяч голов ежегодно;
- выход телят на 100 маток довести с 83 до 85 голов в 2012 году.

В программе предусмотрено укрепление кормовой базы и улучшения качества кормов. Для этих целей выделяются субсидии на приобретение семян высокобелковых кормовых культур в размере 151,8 млн. рублей; на приобрете-

ние комбикормов для высокоудойных коров субсидии составят 749,7 млн. рублей, также предусмотрены субсидии на приобретение техники, оборудования для производства и переработки молока. На эти цели выделяется 885 млн. рублей; предусмотрены субсидии для приобретения кормоуборочной техники на сумму 648 млн. рублей; предусмотрены субсидирование строительства дорог к животноводческим комплексам, на газификацию, электро – водоснабжение, строительство и реконструкцию животноводческих комплексов и ферм на сумму 3000 млн. рублей; выделяются субсидии на повышение квалификации кадров и освещение в СМИ проблем производства и потребления молока на сумму 24 млн. рублей [5, с. 5].

Таблица 1

Основные целевые индикаторы программы

Целевой индикатор	Ед. измерения	2008	2009	2010	2011	2012	2012 г. к 2008
Валовое производство молока	Тыс. тонн	1818,8	1873	1928	2000	2100	115,5
Удой на корову в год	Кг	4332	4500	4650	4800	5000	115,4
Производство на душу населения	Кг	485	500	514	533	560	115,5
Покупка племенного скота молочных пород	Тыс. гол	11,5	10,0	11,5	13,2	15,2	132,2
Выход телят на 100 маток	Гол	83	83	84	84	85	102
Удельный вес племенного поголовья в общей численности КРС	%	13,2	14,0	15,0	17,0	18,0	+4,8
Удельный вес племенных коров в общем поголовье коров	%	18	18,5	19,0	19,5	20,0	+2,0
Объем реализации племенного молодняка	Тыс. гол	6,2	7,1	8,2	9,4	10,8	174
Создание центров по оказанию сервисных услуг по воспроизводству животных	Ед.	20	40	40	40	40	200
Закупка сухого молока	тонн	-	30	30	30	30	-

В Республике ведется масштабное привлечение в АПК собственных стратегических инвесторов, частных компаний, за которыми в настоящее время половина республиканской пашни и поголовья скота. За последние годы ими построено и реконструировано свыше 300 животноводческих объектов, элеваторов, комбикормовых и сахарных заводов, закуплена современная техника и оборудование с объемом капитальных вложений почти на 80 млрд. рублей. На сотне комплексов и ферм ими установлены современные доильные установки, закуплено 45,5 тысяч голов племенного крупного рогатого скота, доля племенного скота в структуре стада в РТ выросла до 19% (РФ – 8%).

В Татарстане сформировалась реальная многоукладная экономика. За собственными стратегическими инвесторами и частными компаниями – половина республиканской пашни и скота, самые современные технологии и техника. Ими вложено в развитие сельхозбизнеса свыше 90 млрд. рублей. Крупные инвесторы: ОАО «ВАМИН Татарстан», ЗАО ХК «Золотой Колос», ЗАО «Агросила групп», ОАО «Красный Восток-Агро», ОАО ХК «Ак Барс-Агро». Показательным примером является деятельность ОАО «Красный Восток-Агро», которое производит более 13% республиканского молока. В настоящее время в хозяйствах этой интегрированной структуры 23 000 голлов коров, 8 молочных комплексов на 36,5 тысяч голов дойного стада по самой передовой технологии шведской фирмы «ДеЛаваль». Этот агрохолдинг ведет строительство еще 5 мегаферм на 16,5 тысяч коров и реконструкцию 7 молочных комплексов на 4.8 тысяч коров, при этом общее поголовье дойного стада составит 57.8 тысяч голов. 11% молока производит другой инвестор – ОАО «ВАМИН Татарстан».

Для модернизации отрасли молочного животноводства, как крупного поставщика молока на перерабатывающие предприятия республики и в другие регионы, Республика Татарстан располагает всеми предпосылками:

- достаточные площади земельных условий и пастбищ для производства высококачественных кормов;

- апробированные технологии интенсивного молочного животноводства.

В республике имеется 93 хозяйства с продуктивностью коров более 5 000 кг, в том числе восемь хозяйств с удоем молока более 8000 кг на корову, тринадцать – с удоем 7000-8000 кг.

- высокопродуктивные породы молочного скота интенсивного типа (голштинская, черно-пестрая, татарстанский тип холмогорской породы).

Такое состояние молочного скотоводства в РТ позволит обеспечить повышение производительности труда на 15% и будет способствовать высвобождению из сферы производства 3200 человек, а также дополнительные поступления налогов в бюджет в сумме 422 млн. рублей. Также реализация программы будет способствовать повышению конкурентоспособности молочной продукции и создаст условия и предпосылки для устойчивого молочного скотоводства.

С началом реализации аграрного проекта появилась возможность лучшего развития семейного товарного хозяйства с поддержкой государства.

В апреле 2009 г. Минсельхозом России утверждена отраслевая целевая программа «Развитие пилотных семейных молочных животноводческих ферм на базе крестьянских (фермерских) хозяйств на 2009-2011 годы».

Целью программы является создание экономических и финансовых предпосылок для развития и распространения семейных молочных животноводческих ферм на базе крестьянских (фермерских) хозяйств. Желание участвовать в проекте изъявили более 20 субъектов России, но возможность получили только пять регионов, в том числе и Республика Татарстан.

В рамках федеральной программы Минсельхозпрод РТ разработал свой пилотный проект, предполагающий на первом этапе строительство 50 пилотных ферм. Фермеры смогут получить «длинные» сроком на 15 лет целевые кре-

диты в Россельхозбанке и под невысокий процент закупать технику, высокотехнологическое оборудование и племенной скот у Росагролизинга [8].

ОАО «Российский сельскохозяйственный банк» («Россельхозбанк») – один из крупнейших банков России, специализирующийся на финансировании предприятий агропромышленного комплекса. Кредиты Россельхозбанком предоставляются предприятиям и организациям АПК вне зависимости от формы собственности на приобретение горюче-смазочных материалов; запасных частей и материалов для ремонта техники, оборудования, зданий и сооружений; инвентаря; минеральных удобрений; средств защиты растений; семян; кормов; ветеринарных препаратов; других материальных ресурсов для проведения сезонных работ; приобретение молодняка сельскохозяйственных животных; иные цели некапитального характера.

Россельхозбанк и Республика Татарстан подписали Соглашение о взаимодействии в рамках Госпрограммы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Соглашение заключено сроком до 31 декабря 2012 года. Реализация Соглашения будет способствовать расширению доступности кредитных ресурсов, обеспечению устойчивого развития сельских территорий, модернизации хозяйств, повышению занятости и уровня жизни граждан. В рамках Соглашения ОАО «Россельхозбанк» планирует увеличить кредитные вложения в АПК Республики Татарстан, в частности, за счет предоставления инвестиционных кредитов на развитие приоритетных отраслей сельского хозяйства, на техническую и технологическую модернизацию агропромышленного комплекса региона [6].

Покупка племенного скота, сельскохозяйственной техники и оборудования в РТ осуществляется через ОАО "Татагролизинг", который обеспечивает проведение лизинговых операций в агропромышленном комплексе за счет бюджетных, возвратных и других привлеченных средств за ранее полученную технику; участвует в реализации целевых программ, направленных на поддержку отечественного товаропроизводителя; выполняет в установленном порядке функции дилера заводов сельскохозяйственного машиностроения.

Татарстан выбран одним из пилотных регионов РФ по созданию региональных МТК, который будет способствовать повышению уровня обеспеченности техникой сельхозтоваропроизводителей. "Машинно-технологические компании – это реальный инструмент для решения задач по модернизации АПК и внедрению инновационных технологий в сельскохозяйственном производстве. Такие компании позволяют оптимизировать затраты по использованию сельхозтехники малыми формами хозяйствования. Машинно-технологические компании будут объединять парк современной ресурсосберегающей техники, предоставляемой сельхозтоваропроизводителям для проведения сезонных полевых, а также коммунальных, производственных и лесозаготовительных работ. Это позволит обеспечить круглогодичное использование техники и снизить издержки селян. На базе МТК будут организованы сервисные центры по техническому обслуживанию, плановому и внеплановому ремонту, восстановлению и увеличению срока службы деталей. Также МТК возьмет на себя функцию обучения и

повышения квалификации механизаторов, в том числе по применению ресурсосберегающих технологий. Оснащение МТК сельскохозяйственной техникой, оборудовани­ем и материалами для обслуживания будет осуществлять ОАО "Росагролизинг" при участии ОАО "Россельхозбанк". Общая стоимость реализации первых двух проектов в 2011-2014 гг. с учетом заемных средств составляет 4,6 млрд. рублей".

Устойчивое развитие кредитной системы тесно связано с участием государства в создании необходимых производственных (прибыльность сельскохозяйственного производства, обеспеченность средствами производства, наличие системы сбыта, транспортировки и хранения сельскохозяйственной продукции, наличие платёжеспособного спроса на рынке) и финансовых (доступ к кредитным институтам, наличие информации для оценки рисков, свобода принятия решений по вопросам кредитования, хорошее качество и достаточное количество ссудного капитала, эффективные методики оценки кредитоспособности заёмщика, механизм обеспечения исполнения обязательств) условий для функционирования эффективных форм кредитной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Государственное регулирование кредитной системы в сельском хозяйстве осуществляется в форме разработки специальных норм, правил, процедур, способствующих облегчению взаимодействия сельскохозяйственных товаропроизводителей и их кредиторов в целях реализации своих экономических интересов

Государственное регулирование сельского хозяйства, как одной из стратегических отраслей экономики, имеет свои особенности, связанные с социально-экономической значимостью производимых аграрным сектором товаров, использованием земли как основного средства производства, влиянием природно-климатических условий. Аграрный сектор создает особенный жизненный уклад для почти трети населения страны.

Составной частью государственного регулирования аграрной экономики, наиболее важной и необходимой в данный момент для Татарстана, является её государственная поддержка, под которой понимается совокупность организационных, технических, правовых и иных мер, устанавливаемых государством с целью перспективного воздействия на развитие сельскохозяйственного производства в нужном обществе направлении.

Исследования современной аграрной политики Татарстана показали, что государство осуществляет комплексно прямую и косвенную поддержку агропромышленного производства за счет средств федерального бюджета, бюджета РТ и внебюджетных источников.

Библиографический список

1. Блинов Д.В., Ф.А. Сычева, И.П. Чупина. Продовольственная независимость страны как основа продовольственной безопасности РФ // Аграрный вестник Урала. – 2011. – №2. – С. 88-89.

2. Медведев Д. утвердил Доктрину продовольственной безопасности РФ. – Режим доступа <http://top.rbc.ru/economics/01/02/2010/366892.shtml>)

3. Оксанич Н. Выход из кризиса по государственной поддержке // Животноводство России. – июнь 2010. – С. 2-4.

4. Парахин Н.В. Об интенсификации и конкурентоспособности животноводства и продовольственной безопасности // Вестник Орел ГАУ. – 2011. – №1. – С. 2-6.

5. Программа «Развитие молочного скотоводства Республики Татарстан на 2009-2012 годы». Утверждена приказом Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан от 22.09.2008 № 250/2-пр).

6. Россельхозбанк и Республика Татарстан подписали Соглашение о взаимодействии в рамках Госпрограммы развития сельского хозяйства [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://president.tatar.ru/news/view/99253>

7. Ушачев И.Г. Продовольственная безопасность России // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2008. – №11. – С.1-6.

8. Якушева Ф. Молочные реки из семейных берегов // Республика Татарстан. – 2009. – №184. – С.1.

УДК 332.1

ХАРАКТЕРИСТИКА НЕУСТОЙЧИВОЙ МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА

Е.Н. Поп, Т.А. Куттубаева

Горно-Алтайский государственный университет

В современный период происходят серьезные изменения в структуре общественного производства. На фоне очевидных изменений профессиональных ориентаций и трудовых намерений людей сохраняется потребность в «старых» профессиях, но также появляются и новые. Вследствие разных скоростей изменения в различных секторах общественного производства возникают социальные напряжения и наблюдается неэффективное использование кадрового потенциала. Все это напрямую оказывает влияние на экономическое развитие региона и страны. В этой ситуации экономисты говорят о дисбалансе спроса и предложения на рынке труда, социологи – о конфликте мотивов выбора профессий.

Следует отметить, что эффективная кадровая и образовательная политика при прогнозах кадрового обеспечения региона должна учитывать существующие закономерности, представленные в моделях поведения субъектов рынка труда и рынка образовательных услуг. Такая политика должна содержать систему мер стимулирования того или иного поведения. Поэтому выявление, характеристика и оценка указанных моделей поведения и умение их использовать при планировании и реализации кадровой и образовательной политики является необходимым предварительным условием ее успешности.

Современные исследования специалистов позволили выявить многообразие моделей поведения, сложившихся на рынке труда и образовательных услуг [1]. Разработан понятийный аппарат моделей поведения индивида.

Модель поведения, как устойчивая реакция субъекта рынка труда, представляет собой тип поведения в сочетании с мотивами этого поведения.

Формирование реакции субъекта рынка труда и ее устойчивости происходит под влиянием разных факторов – внешних и внутренних. Внутренние – сформировавшиеся у подростка, молодого человека ценностные ориентации, жизненные установки, притязания, личностный потенциал, общие представления о престиже профессий, практический опыт действий на рынке труда, практический опыт применения своих способностей в сфере профессионального обучения и труда, отношение к этому опыту и др.

Среди внешних можно выделить, во-первых, общие, не имеющие непосредственного отношения к ситуации на рынке труда. Это могут быть как факторы ближайшего социального окружения (социокультурная среда общения, традиции, социальный статус семьи, материальное положение семьи, референтные группы и др.), так и факторы макроуровня (состояние экономики, политическая ситуация, социальная структура общества и др.).

Во-вторых, среди внешних факторов следует выделить конкретные, имеющие непосредственное отношение к ситуации на рынке труда или к ситуации в конкретном сегменте рынка труда (профессиональном, отраслевом и др.). Совокупность этих факторов можно назвать системой «сигналов» сегмента рынка труда, посылаемых во внешнюю среду.

Модели поведения (в зависимости от силы влияния статистически значимых факторов, степени сформированности нормо-ценностных установок) различаются по степени устойчивости (ригидности). Так, слабо выраженные, находящиеся еще на стадии формирования нормо-ценностные установки в сфере труда определяют самую неустойчивую модель поведения. Это четко прослеживается при анализе профессиональных ориентаций, например, школьников. Более «жесткие» модели поведения демонстрируют студенты вузов и молодые работники. Это вполне объяснимо, так как после обучения становятся актуальными возможность трудоустройства в рамках выбранной профессии, выбор конкретного места работы, размер заработка, возможность профессионального роста и карьеры и т.д.

Н.М. Арсентьева выделяет три типа моделей трудового поведения: а) жесткая (ригидная), б) полужесткая, в) неустойчивая [3].

Так, неустойчивая модель поведения представлена у школьников, не определившихся с выбором профессии. Они представляют благодатную почву для грамотно построенной профориентационной работы, которая в современных условиях далека от учета реальных потребностей экономики в кадровом потенциале. Нельзя обойти вниманием тот факт, что в последние годы акценты сменились с профориентации учащейся молодежи на содействие трудоустройству, на формирование потребности в профессиональном переобучении, на психологическую поддержку и профориентацию взрослых людей, потерявших работу и не нашедших своего места в новых условиях рыночной экономике. Не оспаривая важность этой работы, тем не менее, отметим, что профориентацию в школах также необходимо совершенствовать, и даже Наверное в большей степени. Это позволит человеку быстрее выразить свои профессиональные способности, и в последующем он не окажется в числе тех людей, которые не на-

шли свою «нишу» и которым надо оказывать психологическую помощь. Доказательством этому является проведение настоящего исследования.

Признав актуальность для РА формирования кадрового потенциала (соответствующего потребностям рынка труда) через инструменты институтов школьной системы, можно сформулировать цель проведенного нами исследования.

Основной целью проведенного исследования являлось изучение ситуации привлечения молодежи в отдельные отрасли экономики РА.

Задачи исследования:

- анализ первичных установок выбора профессии и учебного заведения;
- анализ ожиданий объекта исследования.

Решение перечисленных задач осуществлялось методом анкетирования среди учащихся 11 классов районных школ Республики Алтай.

В результате исследования были отмечены следующие особенности формирования профессиональных ориентаций учащихся средних учебных заведений.

Из числа опрошенных (360 человек) 73,5% сделали свой профессиональный выбор. Часть учащихся, а это 26,5%, не определились с выбором профессии. В анкете предлагалось указать, какие профориентационные работы проводятся в школе, на что учащиеся указывали только один вариант – в рамках предметов, более того, большая часть опрошенных вообще отметили, что профориентационная работа с ними не проводится. Этот факт наглядно свидетельствует, что наблюдается дефицит современных знаний в области формирования профессиональных карьер молодежи, отсутствие в школах современных методологий и эффективных практик, способствующих оптимальному профессиональному выбору старших школьников.

Исходя из реалий современного периода, одним из инструментов социальной политики должно стать введение в образовательные учреждения профориентационных программ, направленных на профессиональное самоопределение молодежи с целью повышения конкурентоспособности на рынке труда.

При анализе социальных ожиданий в ходе анкетирования было констатировано, что наиболее значимыми личностными характеристиками учащихся на данный момент являются индивидуалистические черты: ориентация на собственное мнение в принятии решений, стремление к независимости.

После окончания 11 класса учащиеся общеобразовательных школ, как правило, стоят перед выбором: либо поступить в высшее учебное заведение, либо в учреждение среднего специального и начального профессионального образования, либо устроиться на работу. Так, согласно нашим данным, среди учащихся 11 классов на поступление в вуз ориентированы 88,4% учащихся, продолжить обучение в профессиональном училище, колледже планируют всего 10,0%. Идти работать сразу после школы (не обучаясь одновременно в вузе или ссузе) собирались менее 2% учащихся.

При этом свои шансы поступить в профессиональное учебное заведение 18,0% школьников оценивают как высокие, 7,3% – как низкие и 74,8% не смогли оценить свои шансы, так как не уверены в результатах ЕГЭ.

В качестве обоснования своего решения о продолжении обучения в высшем учебном заведении учащиеся отметили следующие факторы: 35,0% опрошенных школьников желают получить высшее образование, так как это престижно, 12% учащихся пришли к решению получить высшее образование по совету (желанию) родителей (друзей и др.), и наибольшая часть учащихся (53,0%) обосновали свой выбор тем, что с высшим образованием легче трудоустроиться.

Учащиеся, которые решили поступать в профессиональное училище, колледж, т.е. получить среднее специальное или начальное профессиональное образование, объясняют свое решение желанием быстрее приобрести специальность (20,0%), познакомиться с будущей профессией (60,0%) и тем, что рабочие профессии пользуются спросом (20,0%).

По результатам анкетирования можно констатировать, что большинство сегодняшних старшеклассников выбирают, прежде всего, профессиональные сферы, связанные с экономикой, бизнесом, юриспруденцией. Так:

- на первом месте среди выбранных профессий стоит профессия юриста (нотариус, адвокат, юрист-консультант). Данную профессию выбрали в качестве своей будущей профессии более 11,6% опрошенных школьников;

- на втором месте в профессиональных предпочтениях школьников находится профессия экономиста, которую отметили 10,9% респондентов;

- среди восьми наиболее востребованных школьниками профессий, кроме профессии юриста и экономиста, также можно выделить такие профессии, как врач (6,5%), архитектор-дизайнер (3,9%), программист (2,9%), лингвист-переводчик (2,8%) и милиционер (2,8%);

- к менее востребованным профессиям (которые отмечены только один раз) относятся профессии фармацевта, химика, связиста, водителя, логиста, регионоведа, специалиста по защите информации.

Исходя из указанного перечня предпочтений, можно сделать допущение, что интерес к содержательному характеру профессиональной деятельности у сегодняшних школьников носит скорее инструментальный характер, то есть является ресурсом достижения жизненных целей, а не самодостаточной ценностью.

Обратимся к потребностям регионального рынка труда, которые определяются в первую очередь стратегическими направлениями развития региона. В соответствии с «Прогнозом социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2020 года» определены два сценария развития: энерго-сырьевого и инновационного развития.

Сценарий энерго-сырьевого развития предполагает реализацию конкурентного потенциала республики в сферах энергетики, транспорта и туризма, повышения качественного уровня обрабатывающих отраслей. Он характеризуется:

- реализацией (в том числе в рамках частно-государственного партнерства) проектов, обеспечивающих разработку и добычу месторождений полезных ископаемых в Чойском, Кош-Агачском и Улаганском районах республики;

- развитием транспортной инфраструктуры, обеспечивающей реализацию транзитного потенциала республики;
- развитием гидроэнергетики;
- развитием туристической деятельности.

Сценарий инновационного развития отражает использование инновационных источников роста как за счет реализации конкурентных преимуществ экономики республики в традиционных секторах (энергетика, транспорт, аграрный сектор), так и за счет расширения специализации региона путем развития туристско-рекреационного потенциала. Он предусматривает:

- глубокую модернизацию социальной инфраструктуры, включая образование, здравоохранение, жилищный сектор, обеспечивающую значительное повышение качества человеческого капитала и стандартов жизни населения;
- модернизацию инфраструктурных отраслей экономики – транспорта, электроэнергетики, связи и информационно-коммуникационных технологий, при значительно более высоком, чем в первом варианте, повышении эффективности энергосбережения.

В соответствии с рассмотренными сценариями развития региона, потребность в кадровом потенциале будет формироваться по таким направлениям, как:

- туризм;
- сельское хозяйство и переработка сельскохозяйственной продукции;
- транспортная инфраструктура;
- энергетическая инфраструктура;
- строительный сектор.

При этом потребность в кадрах будет в большей степени состоять из специалистов и рабочих для сферы производства.

В данном контексте, профессиональные предпочтения школьников практически полностью не соответствуют региональным потребностям в кадровом потенциале. Среди тех профессий, которые выбрали школьники в качестве своей будущей профессии, есть профессии по приоритетным направлениям развития экономики региона, однако их доля незначительна. Так, например, профессии, связанные с туризмом, выбрали менее 1% из числа опрошенных учащихся, инженерно-строительные профессии – 2,3%, профессию электромонтажника отметили – 1,3%, профессию водителя – 0,3%. Профессии, связанные с сельским хозяйством, не были выбраны вообще.

Такая структура профессиональных предпочтений школьников, возможно, объясняется причинами, которые определили их выбор. Так, среди причин, определивших выбор той или иной профессии, опрошенные школьники отметили следующие: 35,96% школьников объяснили свой выбор собственным интересом к этой профессии, 17,23% школьников выбрали профессию по совету родителей (родственников), 18,1% выбрали данную профессию потому, что специалисты этой профессии хорошо зарабатывают, 11,1% – потому, что по этой профессии легко устроиться на работу, 13,83% – потому, что эта профессия перспективна для карьеры, и только 3,83% – эта профессия будет пользоваться спросом в будущем в экономике региона.

На структуру профессиональных предпочтений влияют представления о данной профессии, т.е. каким критериям она должна соответствовать. Так, 54% школьников считают, что их будущая профессия должна обеспечить возможность получать высокий заработок, обеспечивающий хорошие материальные условия, 18% из опрошенных школьников хотят, чтобы их будущая профессия давала возможность достигнуть высокого общественного положения, получить признание окружающих, и 28% хотят иметь профессию с хорошими условиями труда, чтобы работа не была утомительной и не вызывала отрицательных эмоций.

Интересно, что такую же тенденцию выделяет психолог Б.А. Райзберг, определяя три критерия выбора профессии молодежью [4]:

- ожидание высоких денежных доходов, заработной платы;
- популярность профессии, известность, почитание в школьной среде;
- наличие спроса на специалистов данной профессии.

Структура территориальных предпочтений учащихся. Наибольшая часть школьников хотят поступить в учебные заведения, расположенные в Горно-Алтайске и в Барнауле – 14,8 и 32,9% соответственно. 14,6% школьников хотят учиться в учебных заведениях г. Новосибирска, 15,2% – в г. Томске – 13,1%, в Москве или Санкт-Петербурге – 11,3%, в Бийске – 1,5% и в Омске – 1,8%. На долю других городов (г. Екатеринбург, г. Железногорск, г. Кемерово, г. Казань, г. Иркутск) приходится в общем 4,2%.

При этом те школьники, которые желают обучаться в Горно-Алтайске, Барнауле, Бийске, свой выбор объясняют тем, что эти города расположены близко к дому, и отсутствием финансовых средств для обучения в других больших городах.

Школьники, выбравшие местом обучения большие города (Новосибирск, Москва, Томск и др.), объясняют свой выбор следующими причинами: 28,2% – наличием в этих городах престижных вузов, соответственно шансом получить престижное образование, 25,4% – тем, что нравится город (интересный и красивый город), 12,7% – большими возможностями и перспективами, которые дает большой город, 12,7% – связывают большие города с возможностью получить хорошее образование, т.к. в вузах, расположенных в этих городах, высокий уровень преподавания и соответственно высокий уровень образования, 11,3% – планируют свое обучение в больших городах, так как только в этих городах расположены вузы, в которых обучают по выбранной специальности, и 9,8% – выбрали город, так как там есть родственники, знакомые.

Итак, как видим, большая часть старшеклассников собирается учиться за пределами Республики Алтай. Они считают такой вариант более качественным и престижным. Однако вопрос о качестве образования достаточно спорный, и однозначно придерживаться подобной точки зрения нельзя.

Соответственно, нет гарантии, что окончившие вуз за пределами республики вернутся в районы и будут там работать. Таким образом, происходит своеобразная «утечка» будущих специалистов в более крупные города, что, несомненно, наносит определенный урон нашему региону.

Анализ, проведенный выше, показал наличие противоречия между индивидуальными профессиональными потребностями населения и потребностями региональной экономики в кадрах. Разрешение такого противоречия возможно при организации эффективной системы профессиональной ориентации в регионе, составляющим элементом которой должна стать профессиональная ориентация в школе. В свою очередь, профессиональная ориентация в школе может быть организована в форме специальных предметов по профессиональному самоопределению, классных часов и других отдельных мероприятий. Так, 44% из числа опрошенных школьников отметили, что в их школе не изучаются предметы по профессиональному самоопределению и профессиональной ориентации, 33,0% – отметили, что профессиональная ориентация и знания по профессиональному самоопределению предоставляются не на специальных предметах, а в другой форме (например, в виде классных часов, встреч с выпускниками и работодателями). 23,0% отметили, что в их школе изучается предмет по профессиональному самоопределению, например, «Психология» и др.

Таким образом, анализ численности и профессиональных предпочтений выпускников общеобразовательных школ Республики Алтай позволяет сделать следующие выводы: за последние 5 лет происходит снижение численности выпускников общеобразовательных школ, что определяет снижение спроса на образовательные услуги; 88,4% выпускников школ планируют получить высшее профессиональное образование; в структуре профессиональных предпочтений выпускников преобладают профессии экономиста (10,9%) и юриста (11,6%); в территориальном аспекте только 14,8% выпускников намерены получить профессиональное образование в г. Горно-Алтайск. При этом важной проблемой, которую необходимо решить при разработке региональной политики по формированию кадрового потенциала, является существующее противоречие между индивидуальными профессиональными потребностями выпускников и потребностями в кадрах региональной экономики.

Библиографический список

1. Бусыгин В.П., Харченко И.И. Гл.17. Модернизация системы образования: концепция и процессы (С. 325-354); Гл.18. Социальные практики, субъекты и интересы в сфере образования (С. 355-384) / В кн.: Россия, которую мы обретаем: Исследования Новосибирской экономико-социологической школы (отв. ред. Т.И. Заславская, З.И. Калугина) – Новосибирск: Наука, 2003.

2. Экономическое развитие России: региональный и отраслевой аспекты. Вып. 5 / Под ред. Е.А. Коломак, Л.В. Машкиной. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2004. с. 147-167.

3. Арсентьева Н.М., Бусыгин В.П., Харченко И.И. Модели поведения молодежи в сфере образования и на рынке труда и управленческие практики по их регулированию / Регион: экономика и социология. – 2006. – №1. – С. 126-140.

4. Райзберг Б.А. Психологическая экономика / Б.А. Райзберг. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 432 с.

ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА НА РАЗЛИЧНЫЕ СФЕРЫ ЖИЗНИ РЕГИОНА И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

К.С. Решетько

Рубцовский индустриальный институт

Роль туризма в современном мире колоссальна, он затрагивает все сферы деятельности современного общества, в том числе экономику, культуру, социальную жизнь. Туристский бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительство, торговлю, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления, транспорт, связь и т.п. [9, с. 3].

Туризм – это понятие, которое неодинаково трактуется как специалистами в области туризма, так и просто гражданами. Это понятие сложное и многофункциональное [3, с. 5]. Различные специалисты исследуют туризм как вид экономической деятельности по организации путешествий или как деятельность самих туристов во время путешествия, как отдельную отрасль народного хозяйства или как крупный межотраслевой комплекс [6, с. 4].

С точки зрения экономики, туризм – открытая социально-экономическая система [1, с. 15]. Такой системный подход предполагает влияние на систему и исходящее от системы влияние на внешнюю среду. Таким образом, выделяют факторы, влияющие на развитие туризма, и влияние туризма на различные сферы жизни общества.

Факторы, воздействующие на туризм, подразделяются на два вида: внешние (экзогенные) и внутренние (эндогенные).

Внешние факторы воздействуют на туризм посредством происходящих в жизни общества изменений и имеют неодинаковую значимость для различных элементов системы туризма. К числу важнейших внешних факторов, влияющих на развитие туризма, относятся природно-географические, культурно-исторические, экономические, социальные, демографические, политико-правовые, технологические, экологические [7, с. 21].

К эндогенным относятся специфические факторы, возникающие внутри системы туризма, но также оказывающие влияние на его развитие. Влияние факторов может быть как положительным, так и отрицательным [5, с. 19]. Рассмотрим отдельные группы факторов подробнее.

Природно-географические (море, горы, леса, флора, фауна, климат и т.д.) и культурно-исторические (памятники архитектуры, истории и культуры) факторы как основа туристских ресурсов являются определяющими при выборе туристами того или иного региона для посещения.

Богатство природных и культурно-исторических ресурсов, возможность и удобство их использования оказывают существенное влияние на масштабы, темпы и направления развития туризма [2, с. 12].

Влияние экономических факторов на туризм главным образом обусловлено тем, что между тенденциями развития туризма и экономики наблюдается тесная взаимосвязь. Существует прямая зависимость между экономическим развитием страны, объемом национального дохода и материальным благосос-

тоянием ее граждан. Поэтому государства с развитой экономикой, как правило, лидируют на мировом рынке по количеству туристских поездок своих граждан.

От экономического положения государства зависят не только доходы населения, но и уровень развития материально-технической базы и инфраструктуры туризма.

К числу экономических факторов относятся также инфляция, процентные ставки, колебания реальных обменных курсов валют. Так, изменения обменных курсов существенно влияют на объем туристских потоков между странами с сильными и слабыми валютами. Развитие туризма очень чувствительно к тому, в какой фазе экономического цикла – подъема или спада — находится не только национальная, но и мировая экономика [8, с. 15]. Очень важной для развития туризма становится политическая обстановка в стране. Военные действия, террористические акты, правительственные перевороты не только отпугивают потенциальных туристов, но и ставят под угрозу жизни уже пребывающих в стране путешественников. Жертвы среди иностранных граждан вызывают реакцию всей мировой общественности, а привлечение внимания – одна из основных целей террористических группировок. Гостиницы, аэропорты, самолеты становятся частой мишенью для взрывов и захватов заложников. Поэтому, выбирая место отдыха, туристы отдают предпочтение странам или регионам, где политическая обстановка более стабильна [11]. Среди социальных факторов развития туризма в первую очередь необходимо отметить увеличение продолжительности свободного времени населения (сокращение рабочего времени, увеличение продолжительности ежегодных отпусков), что в сочетании с повышением уровня жизни населения означает приток новых потенциальных туристов.

Увеличение продолжительности свободного времени объективно связано с современной научно-технической революцией, в условиях которой возрастает значение умственного труда, усиливаются производственная и бытовая напряженность. Все это приводит к физическому и психологическому переутомлению людей, что требует принятия дополнительных мер по восстановлению работоспособности. Достижению этой цели во многом способствует туризм.

К числу социальных факторов развития туризма относится также повышение уровня образования, культуры, эстетических потребностей населения. Исследования свидетельствуют, что существует прямая зависимость между уровнем образования людей и склонностью к путешествиям. Это объясняется тем, что лица с более высоким уровнем культуры и образования способны рациональнее распределять свое свободное время, использовать его для познания с помощью туризма окружающей среды, ознакомления с историей, жизнью, бытом, фольклором и искусством других стран и народов [4, с. 38].

Постоянное влияние на развитие туризма оказывают демографические факторы, касающиеся численности населения, размещения его по отдельным странам и регионам, половозрастной структуры (с выделением трудоспособного населения, учащихся и пенсионеров), семейного положения и состава семей. Так, рост населения в мире в целом и его отдельных регионах прямо пропорционально влияет на увеличение числа туристов. Статистические данные свидетельствуют, что туристские потоки из стран, имеющих повышенную плот-

ность населения, интенсивнее, чем из стран с меньшей плотностью населения. Кроме того, достаточно четко прослеживается тенденция изменения туристской подвижности в зависимости от возраста, пола и семейного положения.

Технологические факторы, связанные с прогрессом в технике и технологиях, в значительной степени воздействуют на развитие туризма, открывают возможности для производства новых видов услуг, их сбыта и совершенствования обслуживания клиентов.

Развитие науки и техники способствует совершенствованию средств массового производства туристских услуг (гостиничного хозяйства, транспорта, бюро путешествий). Так, коренная техническая реконструкция транспорта позволила создать комфортабельные условия для перевозки большого количества путешественников. Удобные, быстрые, сравнительно доступные транспортные средства (прежде всего авиация) для перевозки туристов на большие расстояния в значительной степени способствовали развитию туризма.

Особо следует отметить внедрение в индустрию туризма компьютерной техники, без чего организация массовых туристских путешествий в настоящее время невозможна. Информационные технологии позволяют интегрировать производство туристских продуктов и их распределение. Интернет в туризме не только выполняет функцию передачи и обмена информацией, но и формирует новую систему сбыта, которая напрямую связывает конечных потребителей с поставщиками туристских услуг и уже сегодня составляет реальную конкуренцию традиционным каналам реализации туристских продуктов [1, с. 53].

Экологические факторы оказывают на туризм самое непосредственное воздействие, так как окружающая среда является основой и потенциалом туристской деятельности.

Непропорциональное развитие туризма может подрывать саму основу его существования: туризм потребляет природные ресурсы; в центрах массового туризма этот процесс приобретает разрушительный характер (изменение естественных условий, ухудшение жизненных условий людей, животного и растительного мира и т.д.). Разрушение природной среды влечет за собой спад туристского предложения (проблема монокультуры туризма).

Существуют и внутренние факторы, играющие немаловажную роль в развитии туризма. Недостаток и плохое состояние имеющихся средств размещения, транспортных средств, необеспеченность квалифицированными кадрами, отсутствие четкой законодательной базы туризма – все это является серьезными сдерживающими факторами [11].

Особое место среди факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, занимает сезонность, выступающая как важнейшая специфическая проблема.

Сезонность – это свойство туристских потоков концентрироваться в определенных местах на протяжении небольшого периода времени. С экономической точки зрения она представляет собой повторяющиеся колебания спроса с чередующимися пиками и спадами. В странах Северного полушария с умеренным климатом основными («высокими») сезонами являются летний (июль-август) и зимний (январь-март). Кроме того, выделяются межсезонье (апрель-

июнь, сентябрь) и «мертвый сезон» (октябрь-декабрь), при которых туристские потоки затухают и спрос снижается до минимума.

Особенности сезонности спроса в туризме состоят в следующем: она значительно различается по видам туризма. Так, познавательный туризм характеризуется менее значительными сезонными колебаниями, чем рекреационный. Более низкая сезонная неравномерность спроса характерна также для лечебного и делового туризма; различные туристские регионы имеют специфические формы сезонной неравномерности спроса. Поэтому можно говорить о специфике туристского спроса в определенном населенном пункте, районе, стране, в мировом масштабе.

Взаимодействие туризма с внешней средой не является односторонним. В процессе развития он постепенно вносит изменения в связанные с ним сферы жизни общества. И это влияние также не всегда позитивно.

Наиболее часто рассматривается влияние туризма на экономику туристского региона. Разделяют прямое и косвенное влияние. Прямое влияние возникает, когда предприятия индустрии отчисляют налоговые сборы с доходов от обслуживания туристов. Косвенное влияние состоит в том, что туристские предприятия тратят доходы, полученные от туристов, на закупку продуктов и товаров других отраслей местной экономики. Возникает эффект мультипликатора, то есть многократное вложение потраченных туристами средств в местную экономику.

С социально-культурной точки зрения туризм привлекает инвестиции в сохранение и развитие культуры, восстановление памятников, возрождает народные промыслы, повышает уровень занятости и, соответственно, уровень жизни местного населения. Но возникают и отрицательные последствия. Местное население может считать несправедливым свое положение обслуживающего персонала. Сезонный характер работы и высокая доля неквалифицированного труда ухудшает структуру занятости. Процесс глобализации неизбежно затрагивает районы, принимающие иностранных туристов. Соответствие мировым стандартам сервиса оказывается важнее местных особенностей и традиций [7, с. 24]. Для решения этих проблем необходимо развивать наравне с туризмом и другие отрасли.

Таким образом, туризм подвергается влиянию различных факторов. Некоторые из них способствуют развитию туризма (богатые природно-географические и культурно-исторические ресурсы), другие сдерживают (плохая экология, напряженная политическая обстановка, экономический спад). Для развития туризма в России необходимо учитывать все эти факторы. Наличие богатых природных и культурных ресурсов недостаточно. Нужно обеспечить их доступность и сохранность, следить за загрязнением окружающей среды. При формировании туров надо проводить сегментацию посетителей по социальным и демографическим признакам и учитывать особенности различных групп туристов. Необходимо обеспечить безопасность пребывания туристов на территории страны, а также использовать современные технологии для совершенствования отраслевой инфраструктуры.

При планировании развития туризма в регионах страны особое внимание нужно уделять оценке каждого мероприятия, должны взвешиваться положительные и отрицательные последствия, и путем введения обоснованных ограничений должно достигаться их равновесие.

В настоящее время туризм в Алтайском крае динамично развивается, показывая не только высокие темпы роста, но и стремление к глубоким качественным преобразованиям [10, с. 5].

В крае имеется целый комплекс условий, благоприятных для развития туризма. Туристический потенциал Алтайского края складывается из четырех основных факторов:

- природно-климатического (рекреационного) комплекса;
- историко-культурного комплекса;
- сети объектов размещения;
- сети объектов развлечения.

Первые два фактора влияют на популярность региона непосредственно у туристов, третий и четвертый – в большей степени у инвесторов.

Алтайский край высоко обеспечен такими важными факторами развития туризма, как природно-рекреационные и историко-культурные ресурсы. Наличие богатого культурного и природного потенциала позволяет краю занимать новые позиции на туристическом рынке Сибири.

Привлекательность Алтайского края для туристов определяется, прежде всего, тем, что природа на огромной территории сохранилась в естественном, практически не измененном человеком состоянии. Высокая степень пейзажности и эстетическая привлекательность ландшафтов, обилие интересных для познания природных объектов, а также своеобразие флоры и фауны позволяют признать, что Алтай – один из немногих крупных регионов планеты, наиболее перспективных для организации международных экологических туров. Алтайский край обладает значительными рекреационными ресурсами, которые выражаются в наличии различных ландшафтов, от сухостепных до горно-таежных, горно-тундровых, альпийско-субальпийских.

В пределах Алтайского края важнейшими составляющими туристского каркаса являются: неповторимая красота Колыванского озера; уникальные соновые ленточные боры; соленые озера степного Алтая – Малиновое, Большое и Малое Яровое; гора Синюха; Денисова пещера; необыкновенный каскад водопадов на реке Шинок; территория Тигирекского заповедника с уникальными таинственными местами, "Царский курган" в Чарышском районе, памятники архитектуры в гг. Барнауле, Бийске, Камне-на-Оби, и это только небольшая часть перечисленных объектов, на основе которых возможно развитие туризма.

Немаловажна транспортная обеспеченность (Алтайский край является отправной точкой туристских маршрутов в Республику Алтай, Монголию, Казахстан, зарубежные страны).

Однако на сегодняшний день большая часть туристского потока носит неорганизованный характер, что в свою очередь является отрицательной тенденцией. В некоторых районах Республики Алтай и Алтайского края число отдыхающих превышает рекреационные возможности, в связи с чем экологическое

состояние традиционных мест отдыха в регионе вызывает тревогу. Это, например, касается озера Ая и его окрестностей, так как его эксплуатация осуществляется без учета рекомендаций по допустимой рекреационной нагрузке.

Алтайский край – один из самых перспективных в плане туризма регионов РФ. Он обладает широким диапазоном уникальных преимуществ: особый природный, экологический, ресурсный, историко-культурный потенциал. Поддержка туристической индустрии со стороны государства и края, наличие стимулирующих программ дают огромные возможности для быстрого развития туризма и создания качественного и узнаваемого туристского продукта Алтайского края. Однако администрация края должна ясно осознавать возможные угрозы развитию туризма и через инструменты контроля, налоговой политики устанавливать пределы и условия его развития [12].

Библиографический список

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с.
2. Гулиев Н.А., Большаник П.В. Туризм региона: Учебное пособие. – Омск, 2002. – 316 с.
3. Довженко Г.П. Основы туризма. – Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся туристским профессиям. Москва-Ростов-на-Дону: Март, 2009. – 257 с.
4. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий: Учебное пособие. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.
5. Дурович А.П., Кабушкин Н.И., Сергеева Т.М. и др. Организация туризма: Учеб. пособие / Под общ. ред. Н.И. Кабушкина. – Мн.: Новое знание, 2005. – 632 с.
6. Квартальнов В.А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2006. – 60 с.
7. Можаяева Н.Г., Богинская Е.В. Туризм: учебник для студентов системы СПО / под ред. проф. А.А. Скамницкого. – М.: Гардарики, 2007. – 270 с.
8. Никифоров В.И. Сфера туризма: рыночный механизм и система управления. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2000. – 176 с.
9. Малышева А.Н. Имиджевая политика Алтая изменится // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2004. №11.
10. Смирнов А.Б. Тенденции и перспективы развития туризма в Алтайском регионе // Консультант и Практик. 2003. №8.
11. Трофимова Е. Наша страна – самая обаятельная и привлекательная. Утро: ежедневная электронная газета от 03.08.2004, URL: <http://www.utro.ru/articles.shtml>
12. www.altai-tourist.ru

**ФАКТОРЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО РИСКА
ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ***О.В. Силютин**Международный институт компьютерных технологий, г. Воронеж*

В современных условиях осуществление хозяйственной деятельности предприятиями пищевой промышленности сопряжено с большим количеством разнообразных хозяйственных рисков. Их неизбежность объясняется тем, что источником рисков является неопределенность. При этом ассоциация риска только с неблагоприятными последствиями является односторонним подходом к его пониманию. В действительности существование хозяйственных рисков способствует прогрессивному движению экономики, поскольку они заставляют перемещать финансовые, трудовые и материальные ресурсы из одних сфер экономики в другие. Обусловлено это существованием высокой зависимости между степенью рисков и величиной ожидаемого результата. А рисковать – значит принимать такие решения, результат которых нельзя предвидеть заранее однозначно [2, с. 195]. Поэтому не надо стараться избегать рискованных решений, так как уклонение от рисков соответственно мешает возможности дополнительной прибыли. Следовательно, необходимо научиться оценивать хозяйственные риски и управлять ими, чтобы в каждом конкретном случае уметь адекватно реагировать на любую рисковую ситуацию.

Стабильное экономическое положение предприятия пищевой промышленности в значительной степени зависит от того, насколько полно в его деятельности учитываются все виды факторов хозяйственного риска. Особенность функционирования отечественных предприятий пищевой промышленности состоит в том, что они находятся под воздействием общеэкономических и специфических факторов хозяйственного риска.

Многочисленные и разнообразные факторы хозяйственного риска, с которыми может столкнуться предприятие пищевой промышленности, представляют собой существенную часть исходной информации для организации управления хозяйственным риском на предприятии. Известно, что эффективность организации управления хозяйственным риском в значительной мере определяется классификационной схемой факторов хозяйственного риска, которая, устанавливая место каждого фактора в общей схеме, позволяет сопоставить ему соответствующий метод управления риском.

Негативное воздействие тех или иных факторов хозяйственного риска на деятельность предприятия пищевой промышленности, на реализацию его стратегических и оперативно-тактических решений со временем меняется. В начальный период реформ российской экономики преобладающее негативное влияние на деятельность предприятий оказывали внешние, нерегулируемые на уровне предприятия факторы хозяйственного риска. В нынешний период стабилизации макроэкономической ситуации на первое место выходят факторы риска внутрихозяйственной деятельности. В любом случае задача устойчивого развития может успешно решаться только теми предприятиями, которые про-

водят планомерную и систематическую работу по снижению уровня хозяйственного риска в своей деятельности.

Общеэкономические факторы хозяйственного риска присущи хозяйственной деятельности в любой экономической среде, в то время как специфические характерны для любой отрасли промышленности, а в нашем случае – для предприятий пищевой промышленности. В свою очередь, специфически факторы хозяйственного риска могут быть следствием как генетических причин, доставшихся отечественным предприятиям от командно-административной централизованной экономики, так и особенностей современного периода.

Хозяйственный риск предприятий пищевой промышленности возникает под воздействием многочисленных факторов, которые могут быть заложены в организационной структуре или в стратегии хозяйствования. В практической деятельности предприятий пищевой промышленности хозяйственные риски могут быть настолько большими, что способны остановить производительную работу, заставить хозяйственника отказаться от осуществления операций, требующих больших первоначальных инвестиций и времени. В то же время наличие фактора хозяйственного риска является для хозяйствующего субъекта сильным стимулом для постоянного осуществления режима экономии, вынуждает его тщательно анализировать рентабельность проектов, разрабатывать инвестиционные сметы, нанимать соответствующие кадры.

Факторы хозяйственного риска предприятий пищевой промышленности можно классифицировать по различным категориям и признакам. Невозможно, конечно, учесть все рискованные факторы, но вполне реально выделить главные из них по результатам воздействия на тот или иной вид хозяйственной деятельности.

Практически все ученые склонны факторы хозяйственного риска делить на внешние и внутренние, которые, в свою очередь, можно разделить на свои подвиды. Некоторые ученые [1, с. 28] внешние факторы хозяйственного риска подразделяют на политические, социально-экономические, экологические и научно-технические. Внутренние факторы делят на промышленные и непромышленные.

Мы несколько расширили данную классификацию и, выявив еще ряд групп, составили свою схему факторов хозяйственного риска предприятий пищевой промышленности. Мы считаем, что среди внутренних факторов имеют немалое значение личностные факторы хозяйственного риска, т.е. зависящие от личности руководителя, его субъективных характеристик, и факторы стратегические.

На основе проведенного исследования мы составили более полную классификацию факторов хозяйственного риска, характерных именно для предприятий пищевой промышленности.

Таким образом, риск сопутствует любой деятельности, но в сфере производства хозяйственный риск является наиболее вероятным по сравнению с любым другим видом деятельности. Это связано с тем, что производственная деятельность помимо воздействия внешних факторов риска испытывает влияние

целого ряда внутренних факторов риска, связанных с производственными и социальными процессами.

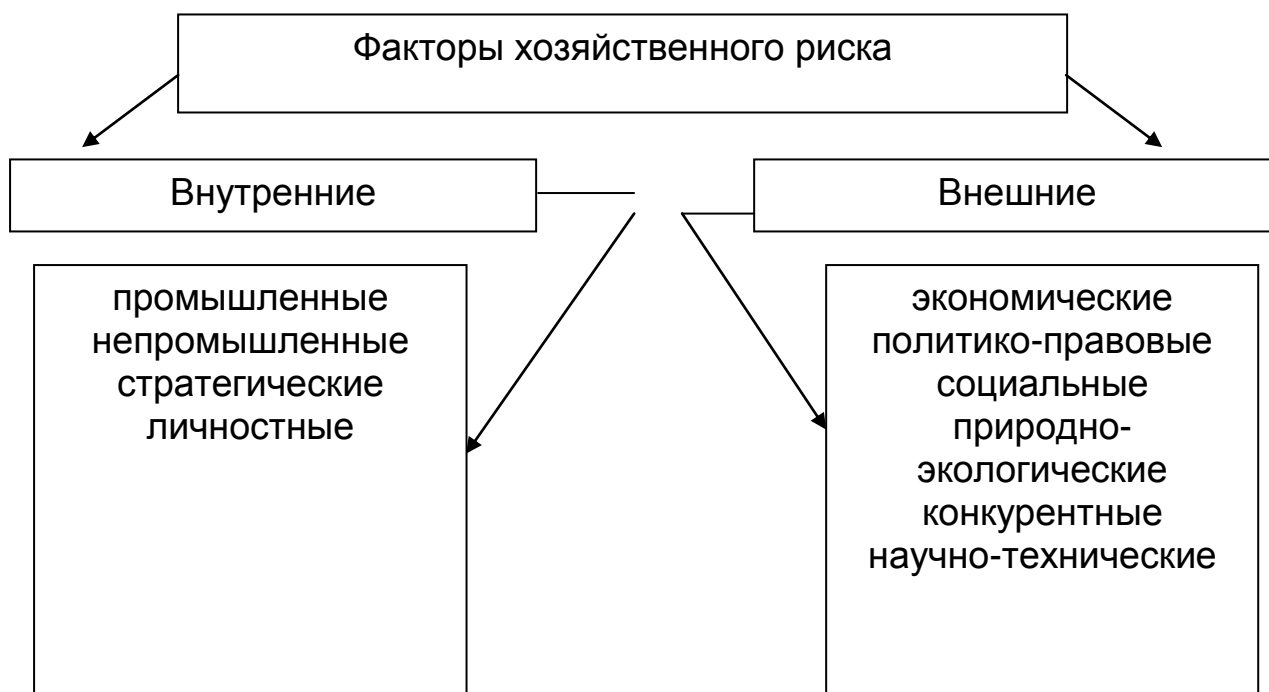


Рис. 1. Классификация факторов хозяйственного риска предприятий пищевой промышленности

Таблица 1

Факторы хозяйственного риска предприятий пищевой промышленности

Факторы хозяйственного риска			
<i>Внутренние факторы</i> возникают непосредственно в сфере хозяйственной деятельности предприятий пищевой промышленности		<i>Внешние факторы</i> обусловлены причинами, не связанными непосредственно с деятельностью предприятия пищевой промышленности.	
1	2	3	4
Непромышленные факторы (социальные)	Факторы, связанные с теми или иными конфликтами, с удовлетворением бытовых и культурных потребностей коллектива (социальная сторона)	Политико-правовые факторы	Факторы, связанные с политико-правовой деятельностью государства на федеральном, региональном и международном уровнях

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4
Промышленные факторы	Факторы, связанные с технико-производственным положением на предприятии, с осуществлением любых видов производственной деятельности и обусловленные изменениями микросреды	Экономические (макроэкономические) факторы	Факторы, связанные с изменениями макроэкономической политики государства: бюджетной, финансовой, инвестиционной, инновационной и налоговой
Стратегические факторы	Факторы, связанные с неверной оценкой стратегического потенциала предприятия, ошибочным прогнозом развития внешней для предприятия хозяйственной среды в долгосрочной перспективе	Социальные факторы	Факторы, связанные с социальной ситуацией в регионе хозяйствования, имиджем и престижностью данного производства и профессии
Личностные факторы	Факторы, связанные с личными возможностями и знаниями руководителя и персонала, неэффективным производством, неэффективным руководством, недостаточными вложениями в развитие производства, маркетинга, ноу-хау	Природно-экологические факторы	Факторы, связанные с природными явлениями и экологической ситуацией в регионе хозяйствования
		Научно-технические факторы	Факторы, связанные с новаторством, разработкой, внедрением новых технологий и способов организации труда
		Конкурентные факторы	Факторы, связанные с инновационной, технологической, ценовой, потребительской, рекламной, криминальной, рыночной деятельностью конкурентов, недобросовестностью и промышленным шпионажем

Избежать риска в хозяйственной деятельности практически невозможно, но, зная источник возникновения рисков, хозяйствующий субъект способен снизить их уровень, уменьшив действие неблагоприятных факторов. Поэтому анализ факторов хозяйственного риска должен проводиться на основе учета взаимоотношений между внешними и внутренними факторами, так и соотношений целерациональных и иррациональных, непреднамеренных действий людей.

Библиографический список

1. Качалов Р.М. Управление хозяйственным риском. Введение. – М.: Наука, 2002. – 192 с.

2. Лапушта М.Г. и др. Риски в предпринимательской деятельности: [Учеб. пособие] / М.Г. Лапушта, Л.Г. Шаршукова. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 223 с.

ББК 65.433

ВИЗИТ-ЦЕНТР КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ СОЗДАНИЯ ВИЗИТ-ЦЕНТРА В ЕГОРЬЕВСКОМ РАЙОНЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)

И.В. Рыбакова

Рубцовский индустриальный институт

Отправной точкой в путешествии по какой-либо местности должно стать теоретическое изучение территории, климата, природных объектов, истории с целью представления более полной картины о месте путешествия и получения максимального удовлетворения от туризма. Такой отправной точкой может служить визит-центр для туристов.

Визит-центр – это место, где гости получают информацию о территории, достопримечательностях и туристических объектах района, а также сопутствующие рекреационные услуги.

Егорьевский район Алтайского края обладает определенными факторами для развития туризма. Это уникальный ленточный бор, соленое и пресные озера, наличие средств размещения туристов и т.д. Но также можно отметить, что сфера туризма в районе развивается крайне медленно в силу ряда причин. Во-первых, большинство мероприятий исходят от отдельных предпринимателей, работающих в сфере туризма, поэтому их действия не согласованы и направлены на повышение прибыльности отдельных туристических объектов, а не сферы туризма района в целом. Во-вторых, органы местной власти долгое время не уделяли программе развития туризма в районе достаточного внимания. В-третьих, отсутствует информационная поддержка туризма как со стороны предпринимателей, так и со стороны администрации (участие в специализированной выставке ТУРСИБ (г. Новосибирск) Егорьевский район принимал только один раз, в 2010 году).

Проблему информационной поддержки можно решить при помощи создания в районе визит-центра для туристов.

Егорьевский район Алтайского края граничит на западе с Волчихинским, на севере с Новичихинским, на юге с Рубцовским районом. Наибольший поток туристов в район наблюдается со стороны г. Рубцовска. Поэтому целесообразно расположить визит-центр в с. Новоегорьевское, так как это административный центр и первый населенный пункт района при движении к нему со стороны г. Рубцовска.

Можно предложить создание визит-центра на базе МУК «Егорьевский межпоселенческий районный историко-краеведческий музей». Здесь организуются постоянные и временные экспозиции, проводятся занятия с детьми, и здесь должно начинаться знакомство туристов с районом. В визит-центре турист должен иметь возможность получить квалифицированную консультацию по поводу основных достопримечательностей и возможностей проживания, за-

писаться на экскурсию, приобрести буклеты, карты и сувениры. Визит-центр должен являться той отправной точкой, откуда берут начало туристические маршруты.

Визит-центр имеет несколько функций и призван решать целый спектр задач. Тем не менее, цель познакомить посетителей с районом ставит на первое место задачу организации информационных потоков (постоянных и сменных выставок, буклетов и брошюр, видео- и мультимедиа продукции и пр.), которые призваны обеспечить гостям района незабываемую встречу с его природой, историей и культурным наследием.

Информация, сбором, хранением, обработкой и интерпретацией которой занимается визит-центр, ориентирована в первую очередь на тех посетителей района, которые приезжают сюда с туристическими целями. Поэтому она должна включать сведения о туристических достопримечательностях, объектах туристской инфраструктуры, возможностях размещения и питания, а также обо всех услугах в сфере туризма, которые имеются в районе. Визит-центр, при этом, может сам предлагать туристам определенный пакет (набор) услуг, например, экскурсии в сопровождении гида, продажу буклетов, карт и сувениров.

Вся информация, а также услуги, оказываемые центром, призваны содействовать развитию туризма в районе и экономическому развитию региона в целом.

Заметным упущением предпринимателей, работающих в сфере туризма в районе, является отсутствие информационной поддержки отрасли в Интернете. Реклама района и визит-центра должна быть размещена на сайтах, посвященных туризму. Туристы, приезжающие из соседних регионов (Новосибирская, Томская, Кемеровская области), ориентируются только по рассказам знакомых и друзей, уже побывавших в Егорьевском районе. Чаще всего они ищут конкретную базу отдыха, которую им порекомендовали. Но вкусы и предпочтения людей различны, поэтому турист должен иметь возможность выбора места отдыха. Информация, предоставляемая визит-центром, должна помочь туристу сориентироваться в предлагаемом разнообразии туристических услуг.

Следующей важнейшей задачей центра для посетителей является организация работы по экологическому просвещению. Проблема загрязнения бытовыми отходами мест неорганизованных стоянок самодеятельных туристов – проблема не конкретного района, региона, а всей страны. Ее решение возможно только при осознании проблемы самими туристами. Работа в данном направлении должна вестись посредством проведения бесед на природоохранную тематику; экскурсий экологической направленности; конкурсов и выставок детского творчества и т.д. Все это призвано содействовать воспитанию чувства ответственности и патриотизма, повышению общего культурного уровня гостей района и уровня их экологической культуры.

В идеале в здании визит-центра могут быть размещены:

- постоянные экспозиции (если визит-центр создается на базе музея, его экспозиции, дополненные новыми экспонатами, могут лечь в основу как постоянной экспозиции визит-центра, так и его сменных тематических выставок);
- сменные тематические выставки;

- комната экологического просвещения детей;
- комната или пространство для отдыха;
- кинозал, конференц-зал;
- информационная стойка для посетителей;
- сувенирный киоск;
- кафе;
- гардероб;
- туалеты;
- кабинет для сотрудников визит-центра;
- библиотека;
- хранилище экспонатов.

Объекты, размещенные вне здания визит-центра:

- стоянка для автотранспорта;
- информационные стенды на территории визит-центра (информация о предстоящих событиях; правила поведения в лесу, на воде; опасностях в туризме);
 - детская игровая площадка (здесь важно дать возможность детям не только подвигаться, но и узнать что-то новое, получить некий уникальный опыт, к примеру, попрыгать на прыжковой дорожке и сравнить длину своего прыжка с прыжком животных – желательно, обитающих в данной местности);
 - оригинальная беседка или площадка для отдыха посетителей, кафе, туалеты.

Информационная база визит-центра должна включать:

- карты;
- описание имеющихся туристических объектов и музеев, ночлега и кемпингов;
- расписание движения общественного транспорта и цены на него;
- описание пешеходных маршрутов и велосипедных дорожек;
- сувениры, открытки, наборы фотографий, видеофильмы и т.п.

Следовательно, информация визит-центра должна, как описано выше, включать сведения о туристических достопримечательностях территории, объектах туристской инфраструктуры, возможностях размещения и питания, а также обо всех услугах в сфере туризма, которые имеются в районе.

Создание визит-центра будет способствовать повышению туристической привлекательности района и оптимизации качества экологического воспитания и просвещения.

Использованная литература

1. «Тропа в гармонии с природой». Сборник российского и зарубежного опыта по созданию экологических троп. М.: Р. Валент, 2007. – 176 с.

**О НЕОБХОДИМОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ
ИНСТРУМЕНТОВ И МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ
НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

г. РУБЦОВСКА

Ан. В. Сорокин

Рубцовский индустриальный институт

В статье рассматриваются современные инструменты и методы управления, использование которых на промышленных предприятиях может способствовать повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции и эффективности их функционирования. В качестве объекта исследования выступили крупные машиностроительные предприятия города Рубцовска.

На сегодняшний день можно смело констатировать факт превращения Рубцовска из «города-машиностроителя» в «город-переработчик» и «город-продавец».

Еще два-три десятилетия назад он являлся одним из крупнейших городов в Сибири по производству машиностроительной продукции. Более половины работоспособного населения было занято на машиностроительных предприятиях города. Только на АТЗ работало около 25 тысяч человек, а в целом по городу их число достигало 65-70 тысяч человек. В 90-е годы ситуация резко изменилась. И сейчас в машиностроении Рубцовска занято менее 10 тысяч человек.

Мы привыкли в качестве причин появления данных тенденций называть падение спроса на продукцию данных предприятий, разрушение старых (советских) связей, снижение государственного финансирования аграрного сектора экономики, избыточные производственные мощности большинства машиностроительных предприятий и т.п. Несомненно, все эти факторы оказали существенное влияние на функционирование предприятий машиностроительной отрасли в Алтайском крае и городе Рубцовске. Тем не менее, есть и другая существенная причина их нынешнего состояния – низкая конкурентоспособность выпускаемой продукции. Одна из важнейших ее составляющих – качество продукции – находится на неудовлетворительном уровне и отчасти ведет к появлению вышеназванных причин.

Проблемы повышения качества продукции всегда остро стояли перед большинством российских промышленных предприятий. Актуальными они остаются в настоящее время и для машиностроительных предприятий Рубцовска. Следует учесть, что за последние десятилетия было написано большое количество трудов, касающихся улучшения и совершенствования управления промышленными предприятиями. Эти работы затрагивали различные аспекты управления, наиболее популярным из которых был и остается в настоящее время аспект качества.

Именно вокруг этого понятия развивалось большинство методологий и концепций в сфере совершенствования управления предприятиями. Многие из них относимы абсолютно ко всем направлениям хозяйственной деятельности, другие – применимы лишь к производству. Часто возникает вопрос о практиче-

ском значении зарубежных идей, концепций, методов, инструментов и других понятий, касающихся бизнеса, для российских условий. По мнению К. Редченко, «...совсем не обязательно, а иногда даже вредно слепо копировать чужой опыт. Перенимать нужно не конкретные методы, а идеи, положенные в основу этих методов» [1, с. 200].

В таблице 1 представлены современные концепции и методы повышения эффективности управления промышленными предприятиями. Необходимо отметить, что применение любой из нижеперечисленных методологий и концепций может привести к желаемому результату. Важно, чтобы их внедрение сопровождалось пониманием системы знаний и соответствующей трансформацией культуры организации. Главное в таком случае не останавливаться на достигнутом, а постоянно, повсюду и всем вместе искать пути и способы совершенствования и себя, и своих организаций, и своего бизнеса [1, с. 205].

Практически все вышеперечисленные концепции и методы совершенствования управления предприятиями базируются либо на процессном, либо на системном подходах. Это, несомненно, отражает современные тенденции в области управления. В то же время нетрудно заметить, что применение большинства методологий и концепций возможно лишь на основе использования современных информационных технологий и поддерживающих их компьютерных систем. Совершенно четко обозначилась потребность в применении новейших разработок в области программного обеспечения и инструментальных средств, способных выступать помощниками руководителям при создании эффективных систем управления предприятиями.

К сожалению, в отношении рубцовских машиностроительных предприятий приходится констатировать факт практически полного отсутствия реализации вышеперечисленных концепций, инструментов и методов на практике. По мнению В. Зобнева, для возрождения машиностроения в первую очередь нужны профессиональные топ-менеджеры, способные внедрять современные подходы к управлению на реальных предприятиях. «Многие собственники считают, что они во всем разбираются и все понимают. Но их базовые знания были получены еще в СССР, а сейчас не только другая страна, но и другие рыночные реалии...» [3, с. 41].

Попытки внедрения в управление некоторых из вышеназванных подходов были. Но они либо не оказались доведенными до логического завершения, либо были приостановлены в силу нехватки финансирования на их реализацию. Наиболее прогрессивным с этой точки зрения машиностроительным предприятием города было и остается ОАО «АСМ-Запчасть». Руководство предприятия активно сотрудничает с вузами города и края, предоставляя необходимую информацию и консультационную помощь студентам, аспирантам, докторантам по разработке различных проектов и направлений совершенствования деятельности предприятия. Однако в силу ряда причин объективного характера многие из разработок остаются нереализованными.

Выход из сложившейся ситуации на машиностроительных предприятиях Алтайского края и города Рубцовска ищут давно. За это время было разработано большое количество различных программ по выводу данных предприятий из

кризиса, последней и наиболее перспективной из которых является создание машиностроительного кластера на Алтае. Но и эта идея реализуется очень медленно и с большими трудностями. А пока машиностроительные предприятия края и города не объединили свои усилия, они вынуждены выживать поодиночке. Некоторым из них, таким как Рубцовский филиал ОАО «Алтайвагон» и ОАО «РМЗ», проще, в силу того, что на них размещаются государственные заказы. Остальным же приходится рассчитывать в основном на свои возможности.

Таблица 1

Концепции, инструменты и методы повышения эффективности управления предприятием [1, 2]

Концепция повышения эффективности управления предприятием	Метод повышения эффективности управления предприятием	Инструмент повышения эффективности управления предприятием
1. Непрерывное улучшение процессов (Continuous improvement of processes) 2. Улучшение бизнес-процессов (Business Process Improvement) 3. Методика быстрого анализа решений (FAST) 4. Бенчмаркинг бизнес-процессов 5. Перепроектирование бизнес-процессов (Концентрированное улучшение) 6. Реинжиниринг бизнес-процессов (RBP) 7. Система «Кайзен» 8. Всеобщее управление качеством (TQM) 9. Система «Точно вовремя» (JIT) 10. Подход «Шесть сигм»	1. Самооценка 2. Структурирование функции качества 3. Групповые методы принятия решений 4. Экспертный метод 5. Упрощение 6. Идеализация 7. Анализ рабочих ячеек 8. Статистическое управление качеством (СУП) 9. АДТ анализ 10. Функционально-стоимостной анализ	1. Анализ трендов 2. Диаграмма Исикавы («рыбий скелет») 3. Диаграмма «паутина» 4. Графики (поле корреляции, диаграмма рассеивания) 5. Матрица показателей 6. Схема «причина-следствие» 7. Контрольная карта 8. Анализ поля сил 9. Карта зависимостей 10. Межфункциональная блок-схема 11. Диаграмма Парето 12. Контрольный листок 13. Гистограмма 14. Граф связей 15. Матричная диаграмма

И в данном случае на первый план выходит повышение эффективности управления и деятельности предприятия, являющееся необходимым условием для мобилизации его внутренних резервов. Для этого необходимо брать на вооружение современные методы и инструменты управления (о некоторых из них речь шла выше) и выстраивать процессы управления и функционирования предприятия с их использованием. А возможности и условия для этого на машиностроительных предприятиях Рубцовска существуют.

Библиографический список

1. Абдикеев Н.М., Данько Т.П. и др. Реинжиниринг бизнес-процессов. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. 592 с. (МВА).
2. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Пер. с англ. С.В. Ариничева / Науч. ред. Ю.П. Адлер. 2-е издание. М.: РИА «Стандарты и качество», 2004. 272 с.
3. Обзор статей о проблемах машиностроительных предприятий Алтайского края // Экспертный совет. 2008. №1.

ББК 65.29

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДОСТУПНОСТИ ЖИЛЬЯ В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Т.А. Тропникова

*Новосибирский государственный университет
экономики и управления – «НИНХ»*

Для оценки эффективности проводимой жилищной политики, поиска путей и механизмов ее совершенствования необходимо оценить эффективность существующих коммерческих способов обеспечения доступности жилья, а также выполнение комплексных целевых программ, принятых Правительством Новосибирской области.

Коммерческие способы обеспечения доступности жилья в Новосибирской области (НСО) следующие: программы Новосибирского отделения Агентства Ипотечного Жилищного Кредитования (НО АИЖК), жилищно-строительных кооперативов, а также собственные программы банков. Методы определения индекса доступности жилья служат базой для оценки социальной эффективности проводимой жилищной политики, поиска путей и механизмов ее совершенствования. Исследование коммерческих способов обеспечения доступности жилья и их реализация в НСО, расчет индексов доступности в зависимости от параметров кредитного процесса, схем погашения кредиторской задолженности, различных типов приобретаемого жилья позволяет оценить эффективность различных схем приобретения жилья. Оценивая направления кредитования приобретения жилья с позиций их перспективности, интересов населения, кредитных учреждений, жилищно-строительных организаций и муниципальных органов, можно сказать, что для населения НСО наиболее удобной является двухуровневая ипотека, реализуемая НО АИЖК (она долгосрочная, стандартизированная, наиболее массовая). Следующее направление – организация ссудно-сберегательного процесса, формирование и вовлечение жилищно-строительных компаний, сочетающих в себе функции инвестирования, строительного производства и реализации построенного жилья – ЖСК «Строим вместе», наиболее перспективное, так как позволяет снизить рыночные цены. В Новосибирской области развито недостаточно. Третье направление – самостоятельные программы банков, адаптированные к изменяющимся условиям рынка за счет упрощенных процедур андеррайтинга, изменения процентных ставок. Устойчиво

функционирует, имеет несомненную позитивность для накопления опыта финансовыми институтами.

В качестве критериев эффективности направлений или способов обеспечения доступности жилья могут быть использованы: во-первых, оценка в денежном выражении, используемая в классических моделях; во-вторых, результативность социально-экономических программ. Первый показатель эффективности схем, повышающих доступность жилья как механизма привлечения в жилищную сферу финансовых и инвестиционных ресурсов домохозяйств, отношение суммы объемов (Q) выданных кредитов по всем схемам (Q1 – АИЖК, Q2 – ЖСК, Q3 – банковским программам) на приобретение (строительство) жилья в данном году к общему объему спроса (S) на ипотечные кредиты со стороны домохозяйств в этом же году: $\Theta = \frac{\sum(Q1+Q2+Q3)}{\sum(S1+S2+S3)}$.

Достоинство – удобен для интерпретации показателей, где числитель – общий объем спроса на ипотечные кредиты, отражающий общее состояние ипотечного рынка в целом, а знаменатель – значимость различных схем кредитования для различных доходных групп населения. Недостатком данного показателя является сложность расчета параметров общего объема спроса (S) на ипотечные кредиты со стороны домохозяйств. Следует отметить, что и числитель, и знаменатель стремятся к максимизации своих значений, а именно: чем больше объем выданных ипотечных кредитов и больше общий объем спроса на различные ипотечные кредиты по различным схемам кредитования в денежном выражении, тем эффективнее система кредитования, обеспечивающая доступность жилья. При этом на изменение Q и S оказывают влияние следующие экономические факторы: состояние экономики региона, уровень инфляции, уровень налогообложения в регионе, уровень жизни населения, инвестиционный климат региона, государственное регулирование рынков и другие. Количественной оценке также подлежат факторы развития непосредственно рынка ипотечных кредитов, такие как: политика стимулирования ипотечного рынка региона, дальнейшая разработка нормативной базы гарантий прав инвесторов и собственников жилья, обеспеченность жильем домохозяйств по типам и видам жилья, предложение жилья в регионе, снижение процентной ставки по ипотечным кредитам для заемщиков и другие. Таким образом, только комплексная оценка влияния различных факторов позволит количественно рассчитать изменение величин Q и S.

При оценке эффективности проводимой жилищной политики следует отметить, что в НСО разработаны региональные программы по приоритетным национальным проектам, графики реализации, планы информационной поддержки. Разработаны также финансовые механизмы осуществления намеченных программных мероприятий, внесены изменения в региональные бюджеты, определен порядок софинансирования конкретных мероприятий. Кроме того, административно-организационная схема реализации муниципальных программ, генерального плана и правил землепользования и застройки в Новосибирской области содержит необходимые составляющие, при которых жилищная сфера региона может перейти в такое качественно новое состояние, при котором она способна успешно решать задачи по удовлетворению потребностей в жилье,

созданию нормальных условий проживания, по обеспечению эффективного функционирования жилищной сферы [1, с. 10]. Однако необходимо констатировать, что насыщение платежеспособного спроса в Новосибирской области в динамике за 2001-2010 гг. происходило за счет высокодоходных семей, способных решать проблему улучшения жилищных условий. По мере насыщения данной категории населения, единственной альтернативой реформирования современной жилищной политики в направлении расширения доступности является развитие ипотеки в той или иной форме, развитие ЖСК. Механизмы и схемы кредитования должны носить социально ориентированный характер.

Актуальным моментом является учет в жилищных программах всего спектра существующих схем или способов обеспечения доступности жилья, то есть технологии процесса решения проблемы обеспечения доступности жилья конкретного домохозяйства и конкретной доходной группы населения. Финансовые аспекты доступности жилья прежде всего определяются финансовой возможностью пользоваться им как потребительским благом. *Принципы доступности* жилья предполагают: – свободное приобретение (строительство) жилья; – финансово-экономическое регулирование государством и муниципалитетами процессов приобретения (строительства) жилья; – субсидирование и дотирование, льготное кредитование приобретения (строительства) социального жилья государством, местными органами управления, ведомствами; – распределение социального жилья на условиях найма; – дотирование государством, местными органами управления эксплуатации социального жилья [2]. Это означает, что должны быть задействованы механизмы, с одной стороны, всех способов приобретения жилья, с другой – субсидирования, дотирования (государственного, муниципального для малоимущих, малообеспеченных, льготных категорий, предприятиями для своих работников. *Критериями доступности* жилья могут быть: – уровень доходов, – производственный (ведомственный), – социальный [2, 3]. Данное трехмерное представление области стратегии способно определить ориентиры проводимой социальной политики. Параметры кредитного процесса: срок кредитования, процентная ставка, доля начального взноса от стоимости приобретаемого жилья, схема погашения кредитной задолженности носит *определяющий* характер на доступность приобретения жилья. При оценке эффективности проводимой жилищной политики рассматривается результативность социально-экономической деятельности, социально-экономических программ и мероприятий. Подчеркнем согласие с мнением И.А. Рахмана, Э.А. Пустовалова о том, что «социальная составляющая сферы недвижимости, особенно по жилью, прямому исчислению может поддаваться весьма условно, поскольку многие факторы имеют вероятностный характер» [4, с. 30-34; 5, с. 120]. Иными словами, экономическая эффективность расширения доступности жилья состоит в формировании эффективных механизмов приобретения жилой недвижимости на основе всех возможных финансовых схем, социальная значимость которых отражена в социально-экономических программах и проектах. Обеспечение граждан жильем является одной из приоритетных задач. К институциональным факторам, позволяющим повысить эффективность управления социально ориентированными проектами в НСО, можно отнести: создание ин-

ституциональных форм, способствующих реализации социально ориентированных инвестиционных проектов (институты кредитных историй, жилищно-накопительных кооперативов и др.); привлечение на рынок ипотечных ценных бумаг средств пенсионных и страховых компаний и др. Согласимся с мнением Турчинович Н.Ю., что социально ориентированный проект *должен быть направлен на достижение качественно нового социального эффекта* (в данном случае именно рост уровня и качества жизни населения, предотвращения социальных конфликтов) и *осуществляться в определенные сроки* [6]. То есть в дополнение к основным показателям эффективности для социально ориентированных проектов используется показатель, отражающий качество и комплексность предоставляемых населению социальных услуг в результате реализации конкретного проекта. Данный показатель включает как количественную оценку изменения объема предоставляемых населению товаров и услуг, а так и оценку потребителями их качественных характеристик.

Таким образом, основным критерием эффективности жилищной политики является уровень соответствия показателей *социальным и экономическим приоритетам региона*. Именно от того, насколько успешной будет реализация программ в регионах, в НСО в частности, зависит и то, будут ли достигнуты цели, поставленные на общероссийском уровне.

Определено, что у *большой части населения НСО нет возможности приобрести жилье* за счет единовременной денежной выплаты. В условиях резкого сокращения бюджетных расходов в жилищном секторе сосредоточено внимание в основном на проблемах отдельных категорий граждан и групп населения, которые не в состоянии самостоятельно решить свои жилищные проблемы (военнослужащие, молодые семьи, ветераны, инвалиды и т.д.). Основная же часть населения, имеющая относительно стабильные доходы и желающая приобрести жилье в собственность, оказалась не в состоянии это сделать из-за отсутствия достаточных накоплений и доступных долгосрочных кредитов.

В результате исследования условий кредитования существующих программ НО АИЖК, банков и ЖСК «Строим вместе», определено, что минимальная величина доходов населения в 2005 году, которая позволила бы получить ипотечный кредит на приобретение, например, средней однокомнатной квартиры, составляла не менее 8,8 тыс. руб. на человека, а в 2010 году – не менее 20,5 тыс. руб., что соответствует высокодоходной группе населения НСО; первоначальный взнос собственных средств – 308 тыс. рублей и 367 тыс. руб. соответственно. По данным Федеральной службы государственной статистики, среднемесячная номинальная заработная плата по НСО за этот период составила соответственно: 7,26 тыс. рублей и 17,75 тыс. руб. на человека, а превышение цены 1 кв. метра жилья над заработной платой составило 2,94 и 2,61 раз. Эффективность функционирования ипотеки на рынке жилья, определяемая через показатель «доли сделок с ипотекой», составляет 3%. Доступность приобретения жилья в НСО – более 30 лет. В Новосибирской области в 2010 г. в соответствии с ФЗ от 30.12.2004 №214-ФЗ возводится 201 объект. По 64 объекту нарушены сроки ввода в эксплуатацию, по 33 объекту перенесены сроки ввода объектов в эксплуатацию. В 2009 году наблюдался пик количества обращений

граждан по вопросам, связанным с долевым строительством многоквартирных домов и иных объектов недвижимости. Так, в 2009 году было 214 обращений, что в 14,3 раза больше, чем в 2007 году.

Анализ системы индикаторов социально-экономической эффективности по выполнению ФЦП «Жилище» по развитию ипотечного жилищного кредитования населения и рынка жилья НСО за 2005- 2010 гг. свидетельствует о наличии количественных изменений данных показателей (объема ипотечных кредитов, субсидий на приобретение жилья и др.), но качественных изменений в обеспечении доступности жилья не произошло.

Библиографический список

1. Решение городского Совета Новосибирска от 17.02.2010 №1526 «Стратегический план устойчивого развития города Новосибирска до 2020 г. и комплексные целевые программы», Постановление Правительства Новосибирской области от 31.01.11 №31-п «Долгосрочная целевая Программа «Стимулирование развития жилищного строительства в Новосибирской области на 2011-2015 годы».

2. Платонов А.М. Управление жилищной сферой. – Екатеринбург. Изд-во АМБ, 2004.

3. Ройтблат Б.М. Совершенствование механизма обеспечения доступности жилья в условиях стабилизации развития региональной инвестиционно-строительной политики. Автореф...на соиск. канд. эк. наук. Тюмень, 2004.

4. Рахман И.А. Оценка социальных факторов жилищного строительства: (На основе социологического исследования)//Экономика строительства. – 2001. – №10. – С. 30-34.

5. Пустовалов Э.А. Формирование механизма приобретения жилой недвижимости на основе ипотеки. Дисс. на соиск. ученой степени канд. экон. наук. – Н., 2004, – С.120.

6. Турчинович Н.Ю. Управление формированием и реализацией социально ориентированных инвестиционных проектов в регионе. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М., – 2007.

ББК 65.9(2)30

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

В.К. Толстов, Е.В. Коробкина

ОАО УК «Сибгагромаш», г. Рубцовск,

Рубцовский индустриальный институт

В настоящее время перспективы социально-экономического развития страны и ее регионов связаны с формированием инновационной экономики. На всех уровнях власти есть понимание того, что именно инновации и заложенные в их основу научные исследования позволят России справиться с последствиями кризиса.

Современное развитие инновационных процессов в регионе усиливает значимость интеграции науки и экономики. Принятие любого управленческого решения должно опираться на научный инструментарий, учитывающий тенденции мирового развития. Тем более в будущем хотелось бы видеть Алтайский край в числе высокоразвитых регионов. Для реализации этой задачи необходимо привлечь потенциал не только институтов, расположенных на территории края, но и всей академической науки Сибири.

По количеству инновационно-активных предприятий и организаций, доле инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции Алтайский край занимает одно из лидирующих положений в Сибирском федеральном округе. В территориальном разрезе инновационно-активные предприятия в большей степени сосредоточены в крупных промышленных центрах края. Наибольшее число их расположено в Барнауле (17,5%), Бийске (10,6%), Алейске (23,1%), Новолтае (18,8%), Рубцовске (10%) [1]. Ядром инновационной системы региона является г. Бийск, которому решением Правительства РФ в ноябре 2005 года присвоен статус наукограда Российской Федерации. Предприятиями Бийска сегодня производится свыше 10% промышленной продукции региона, более половины которой – наукоемкая. При этом вся инновационная цепочка – от исследований и разработок до производства продукции – реализуется в рамках одного муниципального образования. Также в Бийске находится центр «Алтайского биофармацевтического кластера», первого из кластеров, созданных в Алтайском крае.

Общую картину инновационных процессов в крае определяют промышленные предприятия. На их долю приходится более 97% всей отгруженной инновационной продукции. В промышленности сосредоточено 10,1% инновационно-активных предприятий. Отраслевая структура инновационно-активных предприятий зависит от специализации региона и региональных особенностей развития научно-технического комплекса. Максимальная концентрация инновационно-активных наблюдается среди предприятий, выпускающих химическую продукцию (66,7%), транспортные средства (40%), машины и оборудование (27,3%), готовые металлические изделия (20%) и пищевые продукты (13,8%) [1].

В последние годы во всем мире обострилась проблема продовольственной безопасности. Алтайскому краю в ее решении отводится немаловажная роль. Регион является не только крупнейшим производителем сельскохозяйственной продукции, но и донором продовольствия. За его пределы ежегодно вывозится около 80% муки и крупы, около 70% сыра и 20% животного масла [1]. Потенциал сельского хозяйства Алтайского края обеспечивает среду для научных исследований региональных отделений Россельхозакадемии. Институты Алтайского территориального научного центра выполняют исследования и разработки по широкому спектру направлений: растениеводство, защита растений, земледелие, зоотехника, ветеринарная медицина, хранение и переработка продукции.

Также нельзя забывать, что стратегически важен для инновационного развития региона малый бизнес. При этом если рассматривать динамику показате-

лей, характеризующих деятельность малого предпринимательства в целом, то она имеет положительный вектор. По количеству малых предприятий и числу занятых на них край стабильно входит в тройку лидеров Сибирского федерального округа и в двадцатку ведущих регионов России [2].

Тем не менее, основная масса предприятий, находящихся на территории края, являются пользователями технологий, то есть ведут инновационную деятельность путем адаптации технологических решений, разработанных зарубежными фирмами или научными организациями других регионов России. На исследования и разработки новых продуктов, то есть на технологический задел, организациями и предприятиями Алтайского края направляется только около 10% средств (в 2001 году более 50%), что способствует нарастанию инновационной зависимости от других регионов. При этом экономическая целесообразность такой стратегии не всегда прослеживается [2].

И все же Алтайский край характеризует высокая степень готовности к инновационным преобразованиям. В отличие от многих регионов Сибири экономика края не имеет жёсткой привязки к добыче и переработке полезных ископаемых. Интенсивные инновационные процессы наблюдаются среди предприятий, выпускающих химическую продукцию, машины и оборудование, транспортные средства, пищевые продукты.

Основой для формирования региональной инновационной системы является закон «*Об инновационной деятельности в Алтайском крае*», который определяет понятийный аппарат, устанавливает основные цели и принципы государственной политики, формы стимулирования и условия предоставления государственной поддержки субъектам инновационной деятельности.

В целях обеспечения эффективного взаимодействия и координации деятельности органов исполнительной власти Алтайского края, органов местного самоуправления, а также научных организаций и других субъектов инновационной деятельности по вопросам формирования и реализации государственной научно-технической и инновационной политики в мае 2007 года создан *Координационный совет Алтайского края по инновационной деятельности*. Его основной задачей является разработка предложений по реализации научно-технической и инновационной политики, а также формирование перечня научно-технологических приоритетов Алтайского края. Также при администрации края создано управление по науке, инновационной и кластерной политике.

С 2009 года в регионе начал действовать закон «*О полюсах инновационного развития в Алтайском крае*». Целью формирования полюсов инновационного развития является повышение эффективности использования потенциальных возможностей муниципальных образований, содействие занятости и росту качества жизни населения посредством создания новых и развития традиционных секторов экономики Алтайского края на инновационной основе.

Понятие «полюс инновационного развития» существенно расширяет круг хозяйствующих субъектов, которым может быть предоставлена государственная поддержка.

Помимо создания региональных центров инновационного развития, другим важным направлением формирования инновационной системы является

выявление и стимулирование развития территориальных кластеров. Роль кластеров в развитии инновационной деятельности заключается в том, что в их рамках образуются устойчивые связи между участниками инновационной системы, сосредоточенными в региональных центрах инновационного развития («инновационные ядра» кластеров), и предприятиями традиционных отраслей («производственные площадки» кластеров) [3].

Как уже говорилось ранее, первый краевой кластер в области фармацевтики был создан в Бийске. С 2010 года официально зарегистрировано некоммерческое партнерство «Алтайский кластер аграрного машиностроения», центром которого выступил г. Рубцовск.

Синергия региональных центров инновационного развития и территориальных кластеров обеспечивает формирование условий для продвижения инновационных технологий в традиционные отрасли и появления новых предприятий и целых отраслей, которые могли бы успешно конкурировать на мировом рынке.

Перспективы инновационного развития Алтайского края связаны с расширением спектра финансовых инструментов поддержки регионального уровня. На протяжении ряда лет на территории региона действуют соглашения с Российским гуманитарным научным фондом и Российским фондом фундаментальных исследований. Такой механизм позволяет ежегодно привлекать для финансирования научных работ более 2 млн. рублей федеральных средств [4].

В целях стимулирования инновационной активности предприятий предусмотрены механизмы компенсации части процентной ставки по банковским кредитам и налоговые преференции для организаций, осуществляющих инновационную деятельность.

В этих же целях с ноября 2008 года проводится краевой конкурс инновационных проектов «Новый Алтай», а в декабре 2009 года состоялся первый конкурс среди научных работников и студентов, участвующих в решении задач социально-экономического развития Алтайского края. Совокупный призовой фонд двух конкурсов превышал 1 млн. рублей. На сегодняшний день данные конкурсы также остаются весьма популярными и вносят значительный вклад в экономическое и инновационное развитие Алтайского края [1].

В комплексе обозначенные меры нацелены на формирование региональной инновационной системы, объединяющей потенциал науки, производственных структур и инфраструктурных составляющих.

Тем не менее, основным фактором, сдерживающим развитие инновационной деятельности в Алтайском крае, все так же является недостаток инвестиций как непосредственно в инновационную сферу, так и в предприятия традиционных отраслей, что определяет недостаточный уровень их инновационной активности.

В крае недостаточно развиты инновационная инфраструктура и механизмы распространения передовых технологий. В то же время те элементы инновационной инфраструктуры, которые в крае уже созданы, функционируют в условиях слабого взаимодействия друг с другом. Развитие инновационной деятельности также сдерживается отсутствием взаимосвязи научно-исследовательских

организаций с конкретными промышленными предприятиями, опыта коммерциализации высоких технологий: большая часть инноваций, реализуемых в крае, носит характер продуктовых, маркетинговых или организационных, производимых своими силами без поддержки научных и конструкторских организаций [4].

Необходимым и важнейшим условием создания в крае конкурентоспособной и устойчиво развивающейся экономики является повышение уровня инновационности экономики края. Для России в целом необходимость перехода экономики на инновационный путь развития признана Правительством Российской Федерации в качестве важнейшей общегосударственной задачи стратегического характера, решение которой обеспечит перевод экономики страны на более высокий технологический уклад и, в конечном счете, обеспечит ее глобальную конкурентоспособность.

Основным институциональным условием успешного развития экономики страны по инновационному пути является формирование национальной инновационной системы. Эффективность функционирования такой системы на уровне страны будет обусловлена наличием и результативностью функционирования региональных инновационных систем. Формирование и функционирование инновационной системы края как целостного, взаимоувязанного комплекса институтов правового, финансового, научно-технического характера позволит региону своевременно включиться в процесс развития инновационной деятельности, результаты которой будут использоваться для улучшения качества и повышения конкурентоспособности традиционных видов продукции, создания новых для края продуктовых цепочек и, в конечном счете, формирования в крае инновационной экономики.

Библиографический список

1. www.altkbd.ru
2. www.altaicpp.ru
3. www.spb-venchur.ru
4. www.doc22.ru

УДК 332.872.23

ПРОБЛЕМЫ МОДЕРНИЗАЦИИ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

В.В. Углинская, Е.А. Маслихова

Рубцовский индустриальный институт

Становление новой социально-экономической среды существенно изменило положение и роль организаций коммунального хозяйства в экономике Российской Федерации и жизни общества, внесло принципиальные коррективы в систему внешнего и внутрифирменного регулирования их функций, поставило перед ними целый ряд новых сложных задач, требующих скорейшего решения.

Одной из важнейших задач подпрограммы «Реформирование и модернизация жилищно-коммунального комплекса Российской Федерации» федеральной

целевой программы «Жилище» на 2002-2010 годы является модернизация коммунальной инфраструктуры, внедрение новых технологий [1]. Для того чтобы качество оказываемых коммунальных услуг соответствовало современным критериям, необходимо предъявить повышенные требования технике и технологиям, используемым в работе системы коммунальных услуг.

Двадцать первое столетие – век передовых технологий. И все более высокие требования предъявляются к эффективности инженерного оборудования и систем. Наиболее важным является формирование новых подходов в жилищно-коммунальном комплексе России в свете развития современных технологий. Новизна принципиальна для систем водоснабжения, отопления, пожаротушения – в технологии, в гарантии качества, легкости монтажа и, главное, в экономичности.

Актуальность проблемы модернизации производства в коммунальном хозяйстве определяется чрезвычайно высоким уровнем износа оборудования (60-70 %), что необходимо рассматривать как сигнал о возможных авариях. Примерно половина всех аварий на водопроводно-канализационных сетях происходит из-за их ветхости. Дальнейший износ сетей и сооружений приводит к резкому увеличению числа аварий, ущерб от которых значительно превышает затраты на их предотвращение [2].

Для модернизации коммунального хозяйства требуется привлечение большого объема инвестиций, а для этого нужно создать соответствующие финансовые инструменты и организационно-правовые условия, а именно:

- скорректировать принципы тарифной политики с ориентацией на население со средним уровнем доходов;
- обеспечить прозрачность движения денежных потоков, формирующих инвестиционные ресурсы коммунальных предприятий;
- произвести реструктуризацию задолженностей предприятий коммунального хозяйства.

Тогда можно будет всерьёз говорить о модернизации, внедрении нового оборудования и современных технологий – как производственных, так и управленческих. Государство не в состоянии всё это организовать и финансировать, но оно может и должно создать такие условия, в которых эти функции возьмёт на себя и успешно осуществит частный бизнес. Сотрудничество органов власти и частного бизнеса в сфере модернизации коммунального хозяйства возможно при использовании различных правовых и финансовых механизмов на тех или иных условиях государственно-частного партнерства.

За последние годы накоплен определенный опыт разработки региональных и муниципальных программ модернизации коммунального хозяйства с использованием инновационных форм развития. Одной из основных признается задача энерго- и ресурсосбережения, решение которой позволит значительно сократить издержки и тем самым привлечь в местные бюджеты значительные финансовые средства. По оценке экспертов, на основе применения ресурсосберегающих технологий в производстве и доставки потребителям коммунальных услуг есть возможность снизить расход ресурсов примерно на 50% [3].

Работы по модернизации жилищно-коммунального хозяйства на Алтае проводятся уже несколько последних лет. С 2006 года с использованием лизинговых механизмов в крае было приобретено более 900 единиц котельного оборудования. В нынешнем году начинает работать целевая программа «Энергоресурсосбережение на основе модернизации жилищно-коммунального комплекса Алтайского края». На реализацию программ модернизации в краевом бюджете предусмотрено 95 млн. рублей. Эти средства пойдут на решение проблем резервного питания для котельных средней и малой мощности. Кроме того, в рамках процесса модернизации, ресурсоснабжающие организации передали свои собственные проекты по внедрению энергосберегающих технологий.

Энергосбережение, инновационные технологии в топливно-энергетической сфере являются приоритетными направлениями деятельности Администрации Алтайского края [4].

В текущем году продолжатся работы по газификации края. Ведь голубое топливо не только экологичнее – при его сгорании не остается смога и дыма, переход с угля и мазута на газ обоснован экономически. Газификация региона и развитие собственных генерирующих мощностей позволит решить проблему «пиковых» нагрузок и обеспечить край электроэнергией собственного производства. В конечном итоге это повысит энергобезопасность региона.

Уже сегодня в Барнауле ведется строительство ГТ ТЭЦ, в Белокурихе – новой мини-ТЭЦ на базе газопоршневых установок. ООО «Бийскэнерго» разработана инвестиционная программа на 2009-2013 гг., предусматривающая инвестиции в объеме почти 5,5 млрд. руб. и увеличение генерирующих мощностей станции.

В крае успешно внедряются энергосберегающие технологии. В рамках реализации федеральной целевой программы «Жилище» благодаря активной работе краевых, муниципальных властей в Рубцовске на МУП «Южная тепловая станция» модернизированы два котлоагрегата. Основой модернизации котельной установки является организация современной низкотемпературной вихревой технологии сжигания угля, совершенствование конструкции поверхностей нагрева, замена отработавшего оборудования.

Перспективы развития угледобывающей промышленности в ближайшие годы связаны с Мунайским бурогольным месторождением в Солтонском районе. Разведанные запасы угля делают целесообразной идею строительства конденсационной электростанции. В настоящее время подготовлено технико-экономическое обоснование проекта.

Новым направлением в развитии энергетики региона может стать использование возобновляемых источников энергии. Ее использование позволит повысить надежность электроснабжения региона. В области развития возобновляемых источников энергии Администрация Алтайского края совместно с ОАО «ВинСАТ» и ООО «Вент Русс» планирует приступить к реализации на территории степных районов края проектов по созданию генерирующих мощностей, использующих энергию ветра. В западной части края уже размещено ветроизмерительное оборудование. Изучается возможность строительства малых ГЭС, исследуются перспективные для их размещения площадки. На инновационное

развитие ориентированы промышленные предприятия края. ОАО «Алтайский трансформаторный завод» – один из крупнейших производителей электрооборудования для распределительных электросетей в России и странах СНГ. Он производит силовые масляные трансформаторы и комплектные трансформаторные подстанции. ООО «Бийский завод стеклопластиков» специализируется на разработке и производстве высокопрочных конструкционных стержней и труб из полимерных композиционных материалов, применяющихся в различных сферах, в том числе электроэнергетике [4].

Насколько новшества используются – это вопрос к тем предприятиям, которые занимаются коммунальным хозяйством. С одной стороны, есть проблемы модернизации ЖКХ. С другой стороны – есть два типа инновационных разработок – заимствованные и собственные. И те и другие требуют финансирования, организационных усилий, определенной административной поддержки для их внедрения. Если говорить о том, что где-то что-то не внедряется, то это как раз проблема самого процесса реформирования ЖКХ.

Новые технологии не будут внедряться на старых предприятиях муниципальной формы собственности, где нет стимула к повышению эффективности. Поэтому, если говорить о процессе реформирования ЖКХ, модернизацию всего технологического комплекса надо начинать прежде всего с модернизации организационной структуры, повышения степени заинтересованности самого предприятия в увеличении своей эффективности.

Коммунальные структуры в основном имеют сегодня организационно-правовую форму муниципальных унитарных предприятий и, соответственно, находятся в муниципальной собственности. При этом на практике у органов местного самоуправления не всегда существуют реальные рычаги воздействия на муниципальные предприятия. Сегодняшний собственник не в состоянии эффективно контролировать состояние принадлежащих ему объектов коммунального хозяйства. Крайняя необходимость реконструкции и технической модернизации инженерных сетей на этих объектах с одновременным недостатком бюджетной поддержки и инвестиций в данную сферу являются теми проблемами, без решения которых выход коммунальной отрасли из тяжелейшего положения и инновационные преобразования вряд ли возможны. Вместе с тем потребность модернизации устаревших основных фондов городской инфраструктуры и относительно низкая по сравнению со многими другими отраслями степень технологического риска являются реальным преимуществом предприятий коммунальной сферы перед другими потенциальными объектами инвестиций. Модернизация отслуживших свой срок инженерных сетей и оборудования может обеспечить серьезное снижение себестоимости производства услуг, что в свою очередь позволит добиться крупной экономии финансовых ресурсов в регионах. Многие объекты коммунального хозяйства, например, в сфере водоснабжения и водоочистки, теплоснабжения и т.д. представляют собой весьма целесообразную область для инвестиций, ориентированных на инновационные технологии [5].

Для обеспечения интересов существующих собственников коммунальных объектов и их возможных инвесторов, а также в целях устойчивого функциони-

рования систем жизнеобеспечения городов необходимо скорейшее совершенствование нормативно-правовой базы управления собственностью и усиление стимулов для потенциальных партнеров-инвесторов коммунального хозяйства. Необходимо развитие договорных отношений при управлении коммунальными предприятиями, четко и рационально разграничивающих права, обязанности и ответственность сторон. Предметом регулирования деятельности коммунальных структур должна быть прибыль от реализации произведенных услуг.

В условиях новой социально-экономической среды предприятия, в том числе и муниципальные, должны обладать очень высокой степенью хозяйственной самостоятельности. Предпринимательская свобода и возможность маневра, необходимые для эффективного решения коммунально-бытовых задач, могут быть обеспечены разумными организационно-правовыми методами, включая выбор целесообразной организационно-правовой формы коммунального предприятия, а также видом и содержанием договоров, заключаемых коммунальными структурами с органами власти. Такая возможность частично уже предоставляется рядом принятых нормативно-правовых актов, включая Гражданский кодекс РФ, в частности, его главу 53 (ст. 1012-1026), регламентирующую договорные отношения в сфере доверительного управления имуществом.

Муниципалитеты, формируя сеть своих структур и отвечая за производство на их территориях социально значимых услуг, регулируют деятельность различных субъектов хозяйственно-финансовых и социально-правовых отношений. С учетом большого недостатка средств для остро необходимых инновационных работ в коммунальной сфере оптимизировать ситуацию муниципалитеты реально могут, лишь привлекая внебюджетные ресурсы. Для этого имеются вполне серьезные предпосылки, поскольку коммунальные структуры представляют немалый интерес для инвесторов. Эти структуры, как правило, являются естественными локальными монополистами, имеющими гарантированный рынок сбыта своих услуг, от которых потребитель просто не может отказаться. Кроме того, за эти услуги, отпускаемые в значительной части населению, предприятие имеет устойчивую часть поступлений в виде реальных денег. Эти платежи прогнозируемы, относительно своевременны и стабильны.

С учетом того, что на многих коммунальных предприятиях имеются крупные возможности снижения затрат на производство услуг (прежде всего на основе ресурсосберегающих инновационных технологий и оптимизации механизма управления), квалифицированный инвестор (эффективный заинтересованный собственник) вполне в состоянии организовать здесь высокорентабельное хозяйствование. Коммерческая привлекательность технической модернизации коммунальных объектов состоит в том, что погашение заемных средств, привлеченных для перевооружения, может основываться на использовании финансовых ресурсов, сэкономленных за счет последующего снижения себестоимости производства услуг.

Оптимизация затрат на коммунальные нужды позволяет значительно сократить расходную часть любого бюджета, что должно подталкивать региональных руководителей к активному поиску новых, альтернативных форм привлечения ресурсов в коммунальную сферу. К числу этих сравнительно новых

для нашей страны форм относится и передача коммунальных объектов в доверительное управление (траст) с привлечением заемных средств сторонних частных инвесторов.

Несмотря на то, что институт траста совсем недавно, и в достаточно сжатом толковании, введен в российское законодательство, практика доверительного управления имуществом уже давно известна мировому сообществу. В новейшей истории наибольшую проработку и практическое использование институт траста получил в англо-американской системе права.

Для расширения практики доверительного управления имуществом в коммунальной сфере нам необходимо, прежде всего, четко разделить роли региональных (муниципальных) органов управления и частных фирм, занимающихся согласно договору доверительного управления эксплуатацией объектов городской инфраструктуры [5].

Передавая свое имущество, российский собственник не передает управляющему правомочия по владению, пользованию, распоряжению этим имуществом, а лишь наделяет управляющего правом осуществлять эти полномочия от своего имени. Одновременно сам собственник, пока действует договор, не может осуществлять свои правомочия. Доверительный управляющий во исполнение договора вправе осуществлять предпринимательскую деятельность от своего имени, но в интересах учредителя управления. Он обязан обеспечить возврат имущества и прекратить все свои правомочия по истечении срока договора.

Доверительный управляющий получает вознаграждение и возмещает необходимые расходы только за счет доходов от использования имущества. В этой связи отпадает необходимость создания специального источника средств для обеспечения функционирования доверительного управляющего. Проводя сравнительную оценку рациональности этих подходов, нужно отметить, что, например, договор аренды, как пока наиболее распространенный способ использования муниципального имущества, по своей экономической сути является более обременительным для хозяйствующего субъекта, т.к. обязывает арендатора осуществлять арендные платежи, без учета рентабельности его деятельности. Договор же доверительного управления позволяет учесть интересы хозяйствующего субъекта, одновременно обеспечивая защиту интересов собственника. Привлечение частных инвесторов на основе доверительного управления муниципальной собственностью, по мнению ряда экспертов, способно привести к инновационной трансформации, повышению качества и надежности коммунального обслуживания. В условиях острого дефицита доходной части городского бюджета подобное использование муниципальной собственности предполагает доходы более высокие, чем те, что может обеспечить аренда.

Создание благоприятного инвестиционного климата для привлечения внебюджетных средств на развитие коммунальной сферы с использованием механизма доверительного управления вполне отвечает задачам реформирования данной области национальной экономики.

Проводя оценку целесообразности передачи в доверительное управление различных объектов коммунального хозяйства, очевидно, можно считать обос-

нованной для региональных властей передачу объектов, во-первых, слишком привлекательных с коммерческой точки зрения, чтобы просто сдавать их в аренду, и, во-вторых, наоборот, находящихся в сложной ситуации, когда их восстановление и инновационное развитие требуют вложения значительных средств. В отношении последних доверителю, возможно, стоит пойти на частичный или даже полный отказ от своей доли прибыли с тем, чтобы инновационное восстановление происходило за счет собственных ресурсов объекта.

К предпосылкам рыночно-ориентированного развития коммунального хозяйства кроме организационно-экономических трансформаций относятся совершенствование и укрепление его материально-технической и технологической базы, инновационное переоснащение объектов городской инфраструктуры. Необходима активизация разноплановых инновационных процессов, внедрение надежных ресурсосберегающих инженерных систем, эффективных технологий и многое другое.

Библиографический список

1. Подпрограмма «Реформирование и модернизация жилищно-коммунального комплекса Российской Федерации» федеральной целевой программы «Жилище» на 2002-2010 годы: Постановление Правительства РФ от 17 ноября 2001 г. №797 // Консультант Плюс.
2. Торбков Н.А. Экономические проблемы модернизации коммунального хозяйства // Транспортное дело России. – 2008. №6.
3. Каменева Е.А. Барулин С.В. Финансы жилищно-коммунального хозяйства. М.: Ось-89, 2003. 192 с.
4. Официальный сайт органов власти Алтайского края: www.altairegion22.ru
5. Демидова Н.В. Модернизация системы управления организациями коммунального хозяйства // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – №1. 2010.

ББК 65.433

РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ГОРНОЙ КОЛЫВАНИ

Н.П. Фроликова

Рубцовский индустриальный институт

Горная Колывань, находящаяся на юго-западе Алтайского края, входит в трансграничную область Алтая и традиционно является одним из излюбленных районов летнего отдыха жителей и гостей Алтая. Колыванский хребет протянулся в широтном направлении вдоль границы. Склоны Колыванского хребта покрыты черневой тайгой, в которой произрастают пихта, осина, рябина, черемуха. Много кустарников, в том числе ягодных: малина, смородина, жимолость, рябина, калина, шиповник (красный и черный). Очень много грибов. Среди растений встречаются редкие виды: кипрей горный, первоцвет Палласа, роза остроголистая, пион уклоняющийся, а также широко известные лекарственные растения: душица, зверобой, чабрец, можжевельник. Животный мир от-

личается большим разнообразием. Здесь встречаются все обитатели сибирских лесов. На территории Горной Колывани находятся такие памятники природы, как озеро Колыванское (Саввушкино), озеро Белое, озеро Моховое. Таким образом, Горная Колывань имеет все предпосылки для развития туризма, в частности сельского.

Сельский туризм – особый вид туризма, связанный с пребыванием туристов в сельских (деревенских) условиях, когда появляется возможность ознакомления отдыхающих с сельской природой, ландшафтом, образом жизни, традициями ведения сельского хозяйства, приобщиться к труду селян, познакомиться с историей освоения конкретных территорий края, узнать интересные социально-исторические подробности.

Разнообразие циклов туристических занятий: познавательных (ознакомление с культурно-историческими, этнографическими, природными ценностями территории), развлекательных (рыбная ловля, охота и т.п.), смена впечатлений и почти постоянный контакт с природой в сочетании с приемлемыми финансовыми расходами – все это делает привлекательным сельский туризм, превращает его в один из эффективнейших видов оздоровительной и в целом рекреационной деятельности [1].

К числу определяющих факторов развития сельского туризма в Горной Колывани относятся:

1. Благоприятные природные условия, сформированные центрально-континентальным положением, зональной циркуляцией атмосферы в летнее время и господством антициклонального режима в холодную половину года, разнообразным рельефом, инженерно-гидрологической обстановкой. На территории возможно развитие как летнего, так и зимнего туризма.

2. Одним из важнейших условий развития туризма является благоприятная экологическая обстановка территории. Экологически чистая среда – определяющий фактор выбора сельского типа отдыха туристами.

3. Социально-экономические и этнодемографические особенности. Занимая по численности населения четвертое место в Сибирском Федеральном округе с плотностью населения 15 человек на квадратный километр, Алтайский край имеет высокую долю сельского населения – 46,4%. В селах сохранены национальные традиции, самобытный уклад жизни, привлекающие туристов, интересные для изучения.

4. Природно-ландшафтное своеобразие и уникальные памятники горнорудного производства. Туристы, посещая сельские территории, прежде всего хотят познакомиться с местными природными достопримечательностями. Культурно-исторические достопримечательности Горной Колывани занимают достойное место в предложениях сельских домов.

В г. Змеиногорске есть два уникальных места. Это единственный в своем роде Музей истории и развития горного производства, расположенный в здании, которое само по себе достопримечательность: первое в Сибири, построенное специально для музея. В экспозиции входит около 16 тысяч экспонатов, основная часть посвящена истории Змеиногорского рудника и Колывано-Воскресенских заводов. На улицах города еще видны гроты, ведущие в старые

рудничные коридоры. К памятникам истории и архитектуры относится Бело-рецкий форпост, построенный в 1752. Посещение многих интересных мест доступно любому гостю на экскурсиях, в активных и познавательных турах. Организованы познавательные экскурсии на рудники Колыванстроя.

Историко-культурные условия территории, в которых можно проследить этапы освоения района, становление его экономики, участие в общегосударственных мероприятиях и событиях.

5. К числу решающих факторов развития сельского туризма следует отнести наличие федеральных и региональных программ развития алтайского села и агропромышленного комплекса в целом. Созданная программа «Развитие сельского туризма в Алтайском крае на 2009-2012 годы» с общим объемом финансирования 24 миллиона рублей подтолкнула заинтересованных людей к строительству новых и реконструкции уже имеющихся гостевых домиков в сельской местности. Более половины владельцев сельских домов имеют 2-3-летний опыт работы. Доход от оказания услуг на один объект в среднем по району составил около 50 тыс. рублей.

Сегодня сельский туризм в Горной Колывани можно назвать более скромно – «сельское гостеприимство». Сельское гостеприимство – первая стадия развития сельского туризма. От сельского гостеприимства потребители в первую очередь ожидают: спокойствия и размеренности сельской жизни, чистого воздуха, сельской тишины и натуральных продуктов, комфорта условий проживания, приемлемых цен, получения новых впечатлений, возможности развлечения для детей и проведения досуга для взрослых.

Успешно развивающийся сельский туризм может стать одним из инструментов решения проблемы комплексного развития села. Прежде всего, важен его мультипликационный эффект, который отражается на социально-экономическом и культурном развитии села.

Сельский туризм будет способствовать:

- увеличению занятости и самообеспеченности населения, росту доходов сельских семей;
- возможности дополнительного заработка в доступной деятельности (прием туристов, продажа им продукции, произведенной в подсобном хозяйстве, сопровождение на рыбалку, за грибами, конный прокат, транспортные услуги);
- росту предпринимательской активности в сельской местности в смежных с туризмом отраслях;
- повышению образовательного и культурного уровня;
- возможности создания различных производств, в связи с возросшим спросом (в первую очередь на продукцию сельского хозяйства и творчество ремесленников);
- возможности установления новых деловых связей и привлечение инвестиций;
- дополнительным поступлениям в бюджет косвенных и прямых налогов от деятельности объектов сельского туризма;

- росту заинтересованности населения в сохранении окружающей среды, через создание особо охраняемых территорий;
- благоустройству своего приусадебного участка и многому другому.

Библиографический список

1. Косолапов А.Б. Теория и практика экологического туризма. – М., 2005. – 229 с.
2. Биржаков М.Б., Новикова О.А. Исторические предпосылки деревенского туризма//Туристические фирмы. 2002. №28.
3. <http://agrotourizm.ru/>

ББК 65.049(2)я 73

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

С.В. Хрипко

*Казанский (приволжский) федеральный университет (филиал)
в г. Набережные Челны*

В данной статье выдвигается концептуальное положение о том, что основной институциональной предпосылкой устойчивого развития региона в трансформационной экономике является государственное регулирование процесса формирования конкурентоспособности экономики.

В современных условиях трансформации экономической системы возникает потребность поиска путей перехода российских регионов к устойчивому развитию с позиции глобальных оценок. Актуальность данной проблемы повышается тем обстоятельством, что формирование институциональных предпосылок (или предварительных формальных и особенно неформальных условий) устойчивого развития российских регионов еще не завершено. Это существенно снижает конкурентоспособность экономики региона, реальную стоимость ресурсов и бизнеса России, что в свою очередь не позволяет сформировать достойный уровень благосостояния населения страны в целом.

В результате комплексного анализа проблем перехода региона к устойчивому развитию нами предлагается концептуальный подход, позволяющий обобщить выявленные проблемы и определить степень устойчивости регионального развития. Его отражение на примере Республики Татарстан мы привели в таблице 1.

Сущность данного подхода заключается в необходимости анализа влияния базовых оценочных индикаторов на устойчивость регионального развития, которое можно охарактеризовать как положительное и отрицательное и нахождение удельного веса положительно влияющих индикативных факторов в общей сумме исследуемых индикаторов устойчивости регионального развития.

Данный методологический подход предполагает проведение оценки и подсчета баллов, поэтому для его названия можем использовать английское слово scoring, в переводе означающее подсчет очков. Scoring-анализ устойчивости

развития позволяет определить совокупный балл региона в результате его оценки по ряду индикативных факторов устойчивости развития.

Таблица 1

Влияние факторов на устойчивость региона

Индикатор	Фактор	Влияние фактора на устойчивость развития региона	Оценка
Экономические	Фактор экономической политики	Отрицательное (преимущественно сырьевая направленность)	-
	Фактор производственного потенциала	Отрицательное (высокая степень износа основных производственных фондов)	-
	Фактор инвестиционной активности	Положительное (высокий уровень инвестиций)	+
Социальные	Фактор социальной напряженности	Отрицательное (высокий уровень безработицы, вызывающий социальную напряженность общества)	-
Природно-экологические	Фактор экологичности производства	Отрицательное (высокая степень загрязнения окружающей среды)	-
	Природно-климатические факторы	Положительное (наличие минерально-сырьевых ресурсов)	+
	Географические факторы	Положительное (удобное географическое положение региона)	+
Общее количество оцениваемых факторов – 7, общее количество положительно влияющих факторов – 3, степень устойчивости развития региона определится как $3/7 * 100\% = 42,9\%$ из 100%.			

Предлагаемая нами методика дает ответ на главный вопрос: развитие региона идет в соответствии с концепцией устойчивого развития или нет. Причем устойчивость предполагает одновременное положительное развитие трех составляющих, экономического, социального и экологического, поэтому об устойчивости развития можно говорить только при степени устойчивости, близкой к 100%, набранных по вышеизложенной шкале факторов устойчивого развития региона. Соответственно, приведенные в таблице индикативные факторы могут быть существенно расширены с учетом специфики того или иного региона, что существенно отразится на величине набранных баллов степени устойчивости развития. Однако проблема субъективности предлагаемой нами методики, заключающаяся в возможности маневрирования при подборе индикативных факторов, носит второстепенный характер и в рамках нашего исследования игнорируется, так как нам не важна сама величина набранных баллов степени устойчивости, а важно выявить, устойчивое или неустойчивое развитие экономики в регионе.

По итогам Scoring-анализа Республика Татарстан набрала 42,9%, что подтверждает отсутствие устойчивости развития региональной экономики.

Проведенный анализ социально-экономических и экологических показателей Республики Татарстан показывает неустойчивость развития региональной экономики. Период роста, отмеченный по 2008 год, сменился спадом показателей в 2009 году, вызванным мировым финансовым кризисом. Региональная экономика данного периода характеризуется диспропорциями, проявляющимися

ся в снижении валового регионального продукта, росте числа безработных, загрязнении окружающей среды.

Все вышеперечисленные факторы снижения социально-экономических природно-экологических показателей развития региона, на наш взгляд, являются следствием недостаточной конкурентоспособности региональной экономики как на внутреннем, так и на внешнем рынке, которая в условиях мирового финансового кризиса проявила негативные тенденции и выразилась в неустойчивости развития региона. Недостаточно высокая конкурентоспособность или ее снижение в результате нарушения равновесия между спросом и предложением на региональном рынке, вызванное кризисными явлениями, ведет к снижению социально-экономических показателей, обостряет проблему экологической безопасности, что в свою очередь приводит к неустойчивости развития региональной экономики. Высокая конкурентоспособность региональной экономики должна отражать совокупность приоритетных интересов региона и стратегию устойчивого и безопасного развития региона в условиях угроз социально-экономического характера, таких как мировой финансовый кризис. Следовательно, если развитие региона в условиях финансового кризиса идет по неустойчивому пути, то конкурентоспособность региональной экономики сформирована на недостаточно высоком или даже низком уровне. Причем Республика Татарстан обладает всеми факторами для формирования конкурентоспособной экономики, позволяющей обеспечить устойчивое развитие региона в условиях трансформационной экономики. Также следует отметить, что на фоне общего снижения социально-экономических показателей Российской Федерации по итогам кризисного 2009 года (таких как ВВП, уровень безработицы, доходы на душу населения) ряд регионов показал экономический рост, что свидетельствует о возможности устойчивого развития регионов в условиях мирового финансового кризиса.

Локомотивом роста, который происходил в отдаленных от федерального центра регионах, в большинстве случаев выступили бюджетные инвестиции, иногда – капвложения в добывающие отрасли.

Индекс промышленного производства по России в целом снизился до 89,2%. Однако в самом восточном субъекте Федерации – Чукотском автономном округе – его уровень составил 138,1%. Администрация автономного округа взяла курс на повышение экономической активности в регионе и одобрила стратегию его развития до 2020 года, предполагающую внушительный объем госинвестиций – 134 млрд. руб.

В условиях резкого спада в строительной отрасли (на 16% по итогам 2009 г.) был зафиксирован высокий рост индекса объема строительных работ в Республике Тыва – 183,2%. Локомотивом роста стала реализация ряда крупных частно-государственных проектов на территории региона.

Так, освоение Элегестского месторождения Улуг-Хемского угольного бассейна в увязке со строительством железнодорожной линии Кызыл – Курагино происходит с привлечением средств Инвестфонда (50% расходов на сооружение дороги).

Одним из самых провальных показателей 2009 года стали инвестиции в основной капитал, объем которых составил лишь 83% к уровню прошлого года. Однако и на этом негативном фоне были регионы, в которых инвестиции росли практически в разы. Например, в Республике Саха (Якутия) они равнялись 199,5% по сравнению с показателем 2008 года. Драйвером роста на этот раз стали не алмазы и золото, а ускоренное развитие нефтегазового сектора – предприятий по добыче нефти, производству нефтепродуктов, а также отдельных пищевых продуктов и меховых изделий [3].

Обобщая вышеизложенный материал, в рамках исследования можно выделить главную институциональную предпосылку развития Республики Татарстан по траектории устойчивого развития в условиях трансформационной экономики – государственное регулирование процесса формирования высокой конкурентоспособности экономики. Именно трансформация экономической системы должна обеспечить необходимые социально-экономические условия для формирования конкурентоспособной региональной экономики, способствующей устойчивому развитию региона.

Под влиянием трансформационных процессов, происходящих в экономической системе, в каждом регионе формируется собственный конкурентный потенциал в соответствии с имеющимися у него природными, материально-техническими и человеческими ресурсами. Эффективное использование данных ресурсов возможно прежде всего на основе эффективного управления конкурентным потенциалом региона с использованием межрегиональных внешне-экономических связей как способа реализации данного потенциала.

Основными конкурентными преимуществами Республики Татарстан перед другими регионами Российской Федерации, формирующими ее конкурентный потенциал, являются:

1. Выгодное экономико-географическое положение.
2. Природно-ресурсный потенциал. Республика Татарстан обладает значительной минерально-сырьевой базой.

Главным богатством недр является нефть. Республика Татарстан располагает 800 миллионами тонн добываемой нефти. Республика располагает также промышленными запасами известняка, доломитов, строительного песка, глины для производства кирпича, строительного камня, гипса, песчано-гравийной смеси, торфа. Имеются перспективные запасы нефтебитумов, бурого и каменного угля, горючих сланцев, цеолитов, меди, бокситов.

Водные ресурсы Республики Татарстан также составляют ее конкурентный потенциал. Крупнейшие реки – Волга и Кама, а также два притока Камы – Вятка и Белая. Общий сток четырех рек за год составляет 234 млрд. куб м. (97,5% общего стока всех рек). Кроме них, по территории республики протекают еще около 500 малых рек длиной не менее 10 км и многочисленные ручьи. Большие запасы водных ресурсов сосредоточены в двух крупнейших водохранилищах – Куйбышевском и Нижнекамском. В республике насчитывается также более 8 тысяч небольших озер и прудов. В недрах республики содержатся значительные запасы подземных вод – от сильно минерализованных до слабосоленых и пресных.

3. Научно-технический потенциал.

Республика Татарстан имеет мощный научно-технический потенциал. Авторитет казанских ученых в области математики, механики, физики, химии, биологии, лингвистики признан во всем мире.

В столице республики – г. Казани действует Академия наук Татарстана (37 действительных членов, 69 членов-корреспондентов, 13 почетных членов), Казанский научный центр Российской академии наук, объединяющий несколько академических институтов общероссийского значения.

Кадровый научный потенциал республики составляют более 1500 докторов наук, около 6000 кандидатов наук.

Научно-производственную деятельность в Татарстане ведут научно-исследовательские и проектно-конструкторские организации, НИИ и КБ на предприятиях, технопарки, технологические площадки, бизнес – инкубаторы и другие организации.

В республике планомерно осуществляется подготовка научных кадров. В 23 государственных вузах и 26 филиалах вузов обучается около 160 тыс. студентов. Кроме того, в Татарстане действует 14 негосударственных вузов и 30 их филиалов. Всего в Татарстане обучается свыше 210 тыс. студентов.

В экономике Республики Татарстан все большую роль обретают наукоемкие производства и современные инновационные технологии. Татарстан по праву считается одним из ведущих научных центров России.

4. Население и трудовой потенциал.

Численность постоянного населения в 2009 году составила в Татарстане 3768,6 тыс. человек. Демографические процессы начала 2010 года отмечены ростом рождаемости и снижением смертности. Позитивная динамика этих двух составляющих процесса воспроизводства населения определила сокращение естественных потерь жителей республики [5]. Экономическая активность населения республики достаточно высокая. Происходит значительное повышение качества трудовых ресурсов.

5. Производственный потенциал.

Экономику республики можно охарактеризовать индустриальным типом, она включает в себя крупные и средние предприятия различных отраслей, функционирующих и развивающихся на местной сырьевой базе.

6. Финансовый потенциал.

Республика Татарстан обладает достаточным для финансовой самостоятельности бюджетным потенциалом. С каждым годом возрастает интерес к республике иностранных инвесторов. Одним из главных факторов механизма формирования конкурентного потенциала региона являются инвестиции, с помощью которых можно решить проблемы ресурсных, социальных, экономических, экологических ограничений.

Выявленные конкурентные преимущества Республики Татарстан создают условия для формирования сильной конкурентоспособности экономики, являются предпосылками перехода региона к устойчивому развитию. Тем не менее, наличие конкурентных преимуществ, обусловленных наличием удобного географического положения, природно-ресурсным, научно-техническим, трудо-

вым, производственным, финансовым потенциалом, само по себе не является гарантией формирования высокого уровня конкурентоспособности и устойчивости развития экономики региона. Необходимо эффективное управление конкурентным потенциалом с целью его трансформации в конкурентоспособность экономики региона, ведущую к устойчивому развитию.

Между тем, анализируя положительные и отрицательные факторы, воздействующие на формирование конкурентоспособности экономики, нельзя не учитывать то обстоятельство, что повышение конкурентоспособности в свою очередь имеет позитивные и негативные последствия. Иными словами, сама конкурентоспособность экономики может порождать как положительные, так и отрицательные факторы, влияющие на дальнейшее экономическое развитие.

В то же время повышение конкурентоспособности способствует укреплению социально-экономических позиций одних регионов и ослаблению других, усиливая проблему регионального неравенства. Исключительно высокая степень неоднородности российских регионов в мировой экономической науке признана особенностью современной российской экономической системы.

Как отмечает А.Г. Гранберг, в России конкурентоспособность экономики имеет значительную региональную специфику. Прежде всего, исключительно велико разнообразие регионов по типам экономики, сочетанию конкурентных преимуществ и недостатков, уровням экономического развития [2, с. 173-174].

Проблема регионального неравенства приведет к ослаблению межрегиональных экономических связей (торговых, валютно-финансовых, производственных, научно-технических, инвестиционных отношений), которые играют значительную роль в переходе к устойчивому развитию. Так, укрепление межрегиональных экономических связей расширяет возможности для усиления конкурентного потенциала региона и удовлетворения экономических, социальных и культурных потребностей населения.

Исходя из неравновесных свойств социально-экономических позиций и конкурентных потенциалов регионов, можно говорить о диффузном характере этой экономической системы страны в целом. Переход к устойчивому развитию страны, в свою очередь, требует формирования совокупности свойств высшего порядка – эффективности функционирования, самоорганизации, синергетического конструирования объектов и процессов экономической, социальной и природно-экологической систем. Такой вектор перехода к устойчивому развитию предопределяет эффективность развития рынков, повышение качества жизни населения, снижение социального напряжения, улучшение финансового климата, регулирование природно-ресурсного потенциала и экологической безопасности, прежде всего на региональном уровне.

Процесс формирования конкурентоспособности региональной экономики противоречив. Главное противоречие, рассматриваемое нами в рамках проводимого исследования, заключается в том, что формирование конкурентоспособной экономики может как способствовать устойчивому развитию региона, создавая для этого все необходимые условия, так и препятствовать. В свою очередь, основным фактором противоречивости конкурентоспособности и устойчивости развития выступает противоречие между производительной и по-

требительной силами региона как противоречие между потенциальным производством и потенциальным потреблением региона. Проанализируем противоречивый характер анализируемой проблемы на примере Республики Татарстан.

В таблице 2 нами предлагается провести анализ влияния механизма формирования конкурентоспособности Республики Татарстан на устойчивое региональное развитие экономики.

Таблица 2

Анализ влияния механизма формирования конкурентоспособности Республики Татарстан на устойчивое развитие экономики

Фактор формирования конкурентоспособности экономики	Влияние на устойчивое развитие экономики региона	
	Положительное	Негативное
1	2	3
1. Природно-ресурсный потенциал	<ol style="list-style-type: none"> 1. Благодаря благоприятной конъюнктуре мировых рынков крупнейшие нефтяные и химические компании республики имеют устойчивые позиции; 2. Экспортная ориентация экономики региона; 3. Инвестиционная привлекательность добывающей промышленности региона; 4. Богатые рекреационные ресурсы. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сырьевая направленность экономики региона; 2. Сильная нефтяная зависимость экономики региона; 3. Слабое развитие промышленной, транспортной, строительной отраслей.
2. Промышленный потенциал	<ol style="list-style-type: none"> 1. Градообразующая роль большинства предприятий; 2. Производство уникальной, даже для мирового рынка, продукции; 3. Наличие мощных предприятий (объединений); 4. Наличие высокотехнологических и наукоемких производств; 5. Экономическое разнообразие производственного сектора; 6. Формирование инновационной программы развития экономики; 7. Благоприятные отношения предпринимательства и региональной власти. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рост экологических проблем; 2. Высокая степень изношенности основных производственных фондов; 3. Отсутствие госзаказа; 4. Слабое освоение внешних рынков сбыта местными товаропроизводителями; 5. Низкая емкость регионального рынка сбыта; 6. Всеми крупными местными предприятиями управляют российские и транснациональные корпорации.
3. Экономико-географическое положение	<ol style="list-style-type: none"> 1. Концентрация ресурсного, научного и технологического потенциалов; 2. Наличие уникальных природных, историко-архитектурных и культурных объектов; 3. Богатейшее историческое наследие территории республики. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточное развитие транспортной инфраструктуры как внутри региона, так и с другими экономическими районами.

1	2	3
4. Научный потенциал	1. Высокий уровень образованности и культуры населения; 2. Наличие базы для подготовки кадров высокой квалификации разнообразной специализации.	1. Повышение доли миграции качественных трудовых, интеллектуальных и научных ресурсов в регионы с лучшими условиями труда и качеством жизни.
5. Социальный потенциал	1. Высокий уровень обеспеченности на душу населения объектами социальной инфраструктуры; 2. Доступность системы высшего и специального образования.	1. Снижение уровня жизни, обусловленное ростом безработицы, преступности, 2. Неэффективное распределение бюджетных ресурсов.
6. Организационный потенциал	1. Высокий уровень доверия населения законодательной и исполнительной власти региона; 2. Политическая стабильность и преемственность власти региона.	1. Низкая степень прогрессивности менеджмента регионального управления; 2. Недостаточная эффективность регионального маркетинга.

Таким образом, по нашему мнению, в основе механизма формирования конкурентоспособности региональной экономики как условия для перехода к концепции устойчивого развития лежит грамотное и эффективное управление имеющимися у региона конкурентными преимуществами.

Соответственно, первостепенное значение, на наш взгляд, в данных условиях приобретают региональные государственные структуры власти, регулирующие механизм формирования конкурентоспособности экономической системы в рамках концепции устойчивого развития.

Региональная власть, хотя и не может полностью формировать или оказывать влияние на институциональные структуры, в окружении которых работают фирмы, тем не менее, должна создать условия, позволяющие организациям своего региона достигать конкурентного превосходства.

Регионы получают преимущества благодаря различиям, а не сходству. В каждом регионе есть свой, одному ему присущий набор конкурентных отраслей. В результате можно предположить, что в тех регионах, где отраслевая структура экономики быстрее адаптировалась к рыночным методам ведения хозяйства, где региональная власть поддерживает структурообразующие предприятия и проводит разумную экономическую политику, факторы ценообразования обеспечивают сбалансированность регионального спроса и регионального предложения и способствуют росту показателей конкурентоспособности региона [4, с. 136].

Одной из основных задач успешного проведения реформ в нашей стране является регулирование государством всех социально-экономических процессов, происходящих в отраслях народного хозяйства, в социальной сфере и в регионах. Регулирование экономики используется в интересах всего общества для активизации всех форм деятельности и устранения негативных процессов в экономике. Следует отметить, что роль государственного регулирования исключительно важна в территориальном развитии, определении внутрорегио-

нальных и межрегиональных пропорций, формировании региональных рынков, выравнивании уровней социально-экономического развития регионов [1, с. 82].

Основными, наиболее действенными и значимыми сегодня инструментами механизма формирования конкурентоспособности региона являются:

- получение субвенций, кредитов фондов и других финансовых ресурсов из федерального бюджета;

- получение законодательных налоговых льгот типа «свободной экономической зоны» для уменьшения отчислений в государственный или региональный бюджет;

- сохранение оборонных предприятий и государственных организаций в регионе;

- получение средств в счет погашения задолженности перед предприятиями региона из бюджета или от крупных потребителей;

- привлечение инвестиций для частных предприятий;

- получение иностранных кредитов и безвозмездных грантов на региональное развитие;

- развитие в регионе различных транзитных коммуникаций и усиление транспортных грузопотоков;

- создание таможенных пунктов;

- привлечение туристов.

Таким образом, государственный механизм формирования конкурентоспособной экономики в Республики Татарстан недостаточно эффективен и имеет проблемы, тормозящие переход региональной экономики в русло устойчивого развития. Несмотря на несомненные конкурентные преимущества и успехи рыночной экономики Республики Татарстан, создание конкурентоспособной экономики все еще остается одной из приоритетных нерешенных задач региональной экономической политики. Региональные рынки в стране в целом остаются неконкурентоспособными и высокомонополизированными. Проявившееся расширение государственного сектора в хозяйственных отношениях создает нерыночные условия развития региональной экономики, снижает конкурентоспособность регионов как межрегиональную, так и на мировых рынках, препятствуя тем самым формированию главного фактора экономического роста и устойчивого развития.

Библиографический список

1. Бачурин А. Эволюция рынка при капитализме и государственное регулирование // Общество и экономика. – 1991. – №2. – С. 82.

2. Гранберг А.Г. Региональный аспект экономической конкурентоспособности // Конкурентоспособность и модернизация экономики: в 2 кн. / отв. ред. Е.Г. Ясин. Кн. 1. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – С. 173-174.

3. Драйверы роста на фоне спада // Экономика и жизнь. №11 (9327) от 25.03.2010.

4. Степанов М.В. Проблемы формирования устойчивости и конкурентоспособности региона (теория, методология и практика): монография / под ред. д-ра экон. наук, проф. М.В. Степанова. – М.: Изд-во «Палеотип», 2005. – С. 136.

5. <http://www.tatar.ru>

УДК 338.583

ББК – 65.37

СПОСОБЫ ПЕРЕМЕЩЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ НА ГОРОДСКОМ ПАССАЖИРСКОМ ТРАНСПОРТЕ

Р.А. Хусаинов

Хабаровский пограничный институт ФСБ России

Спрос на услуги ГПТ формируется из спроса на рынке перемещений [8, с. 237; 11, с. 204-234], где не всегда спрос населения на перемещение удовлетворяется ГПТ, А.С. Михайлов выделяет три альтернативы осуществления перемещения (способы удовлетворения потребности в перемещениях представлены на рис. 1).

В зарубежной литературе также выделяются три способа перемещения, однако поделены на немоторизированное (пешее, велосипед), моторизированное с помощью ГПТ и моторизированное с помощью личного транспорта.

Изучение выбора перемещения пассажиром позволяет оценить потребность, возможность и отношение пассажира как к способу перемещения, так и к виду транспорта. Спрос в системе транспортного обслуживания зависит от обобщенных издержек на каждый вид транспорта, от денежных затрат, понесенных пассажиром, времени пользования и качества поездки. Именно поэтому в литературе рассматривается вопрос об оптимизации уровня затрат времени пассажиром [3, с. 200; 2, с. 223; 1, с. 102; 6, с. 214; 14, с. 214; 4, с. 214], качества перевозки [13, с. 210; 15, с. 239] и средств, потраченных как пассажиром, так и предприятиями ГПТ [16].

Привязка передвижений к существующей дорожной сети характеризует развитость городской транспортной инфраструктуры и маршрутной схемы ГПТ. Определяющим параметром спроса является определение корреспонденции жителей, которые впоследствии при составлении маршрутной сети города принимают форму пассажиропотоков на каждом конкретном маршруте и формируют маршрутную сеть ГПТ. Приспособление жителей к собственным возможностям отражается на распределении частоты поездок. Такие пространственные передвижения требуют глубокого изучения и на первом этапе моделируются [5, с. 212].

Основой исследования спроса населения на услуги ГПТ является поведение потребителей на рынке внутригородских перемещений, т.е. ключевым моментом в анализе спроса и самого рынка является установление ключевых факторов, определяющих поведение потребителей [10, с. 576-580].

Предпосылками возникновения транспортной потребности являются причины её формирования. Так, выделяют транспортные потребности населения по

видам деятельности [12, с. 220]: работой, покупкой, культурно-массовыми мероприятиями, уходом за детьми, учебной и другими видами.



Рис. 1. Способы перемещения

Рассмотрим принципы поведения потребителей [8, с. 237; 10, с. 706], формирующие выбор потребителем способа перемещения. Определяющими параметрами поведения потребителя является минимизация затраченного времени и затрат, понесенных в результате перемещения [9, с. 232-243]. В обобщенном виде стоимостную оценку перемещения можно представить в виде схемы, изображенной на рис. 2.



Рис. 2. Формирование стоимости перемещения

Проведя оценку всех альтернатив перемещения, можно определить выбор потребителем способа перемещения. Сложность оценки поведения потребителя заключается в сопоставлении полученных результатов найденной стоимости перемещения, доходов и личностных (психологических) параметров личности, влияющих непосредственно на выбор.

К психологическим факторам относят в первую очередь транспортную усталость, вызванную в результате передвижения. Очень часто она выражается через время поездки: чем оно больше, тем транспортная усталость выше. Именно поэтому при проектировании маршрутной сети проектировщики уделяют достаточное внимание среднему времени передвижения, и существуют нормативы, регламентирующие этот параметр. Так как современная тенденция такова, что крупные города расширяют территориальные границы, то важность транспортной связанности территории, время, затрачиваемое на перемещение, принимают первостепенное положение. Все это вынуждает администрации муниципальных образований искать альтернативы сложившимся способам перемещения, приоритетным направлением является ограничение использования личного транспорта с ростом спроса на услуги ГПТ.

Основным параметром, влияющим на выбор способа перемещения, является ограничение семейного бюджета потребителя. Так, потребитель с большим уровнем доходов предпочитает перемещение на личном автомобиле.

Следует согласиться с Э.А. Сафроновым, что «существующие традиционные методы» транспортных обследований расселения, подвижности, пассажиропотоков лишь фиксируют достигнутый уровень транспортного обслуживания. Для выявления действительных потребностей населения в транспортном обслуживании и их прогнозирования нужны «новые методы исследования» [12, с. 220]. Необходимо на практике использовать методологию маркетингового подхода к изучению данной проблемы. Связано это, в первую очередь, с тем, что маркетинг направлен на изучение потребностей потребителей. Своевременная и отлаженная система мониторинга изучения спроса населения способна информировать о качественных и количественных изменениях в параметрах спроса, что будет способствовать более качественному уровню принятых управленческих решений относительно градостроительного развития территории, развития системы транспортного обслуживания и, соответственно, ГПТ.

По причине того, что процесс изучения спроса со стороны населения на передвижение является крайне сложным и представляет собой многофакторную модель, то планирование маршрутной сети должно осуществляться с учетом как экономических параметров, так и социальных. Помимо наличия проблемы долгосрочного планирования уровня транспортного обслуживания необходимо выделить значимость сохранения социального единства территории. Возникают ситуации, когда необходимо поддерживать пассажирское транспортное сообщение, которое с экономической точки зрения нецелесообразное.

В 2011 г., по данным Федеральной службы статистики, 106 миллионов городских жителей будут делать приблизительно 18 миллиардов поездок в год на наземном ГПТ, включая перевозки, которые выполняют частные операторы, зарегистрированные как предприятия с более чем 7 транспортными средствами.

Наземный ГПТ составляет приблизительно 90% городского общественного транспорта во всех городах, кроме Москвы и Санкт-Петербурга. В течение последних 5 лет средняя мобильность городского населения в общественном транспорте (перевозки ГПТ в общественном секторе, разделенные на численность населения) уменьшилась почти в два раза, что объясняется в первую очередь значительным ростом частного автопарка.

Большое влияние на характер пассажирских перевозок и технологию их организации оказало появление частных операторов с небольшими парками автобусов малой вместимости. Возникла конкуренция на маршрутах, когда в прямом смысле идет «борьба» за каждого пассажира. В настоящее время более 2000 общественных и частных операторов занято в ГПТ на 9800 регулярных автобусных, 658 трамвайных и 946 троллейбусных маршрутах. Маршруты считаются либо «социальными» – когда обязателен провоз льготных пассажиров и устанавливаются более низкие уровни платы за проезд, либо «коммерческими», где провоз льготных пассажиров не обязателен и устанавливаются более высокие уровни платы за проезд. Социальные маршруты обслуживаются операторами общественного сектора и принадлежат муниципалитету, в то время как коммерческие маршруты в большинстве своем – частным сектором.

Библиографический список

1. Антошвили М.Е., Либерман С.Ю., Спирин И.В. Оптимизация городских автобусных перевозок. – М.: Транспорт, 1985. – 102 с.
2. Аррак А. Развитие и эффективность пассажирских перевозок. – М.: Транспорт, 1984. – 223 с.
3. Аррак А. Социально-экономическая эффективность пассажирских перевозок. – Талин: Ээсти раамат, 1982. – 200 с.
4. Володькин П.П. Управление и оптимизация деятельности городского пассажирского транспорта в условиях бюджетных ограничений. Дис., к.э.н. – Хабаровск, 1999. – 214 с.
5. Ембулаева В.Н. Теоретические основы и методы управления транспортной системой крупного города: Монография. – Владивосток: Дальнаука, 2004. – 212 с.
6. Лившиц В.Н. Оптимизация планирования и управления транспортными системами. – М.: Транспорт, 1987. – 214 с.
7. Логистика: общественный пассажирский транспорт / Под общ. ред. Л.Б. Миротина. – М.: Экзамен, 2003. – 224 с.
8. Михайлов А.С. Управление рынком перемещений городского населения. – Алматы: НИЦ Гылым, 2003. – 237 с.
9. Михайлов А.С. Моделирование структуры перемещений населения на основе транзакционного критерия выбора альтернативы // Материалы XI международной (четырнадцатой екатеринбургской) научно-практической конференции. – Екатеринбург: Изд. АМБ, 2005. – 232. – 243 с.
10. О'Салливан А. Экономика города. – 4-е изд.: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 576-580 с.

11. Прогресс в городах; анализ стратегий Всемирного банка в области развития городского транспорта. Пер. с англ. – М.: Издательство «Алекс», 2004. – 234 с.
12. Сафронов З.А. Транспортные системы городов и регионов. – Омск, 2000. – 220 с.
13. Семчугова Е.Ю. Оперативная оценка качества услуг в управлении городским пассажирским транспортом: дисс. к.э.н. Хабаровск, 2003. – 210 с.
14. Ставничий Ю.А. Транспортные системы городов. – М.: Стройиздат, 1990. – 224 с.
15. Цибулка Я. Качество пассажирских перевозок в городах: Пер. с чеш. – М.: Транспорт, 1987. – 239 с.
16. Шафиркин Б.И. Единая транспортная сеть и взаимодействие различных видов транспорта. Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Высшая школа, 1977.

УДК 338.24

**РЕГИОНАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ
ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ: ОТРАСЛЕВОЙ АСПЕКТ**

И.В. Цомаева

*Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова, г. Барнаул*

Новые экономические механизмы и опыт лидеров устанавливают определенные инновационные ориентиры регионального развития. Важно выделить те из них, которые в полной мере способствуют развитию региональной инновационной системы. Отраслевая структура экономики является одним из базовых параметров такой системы.

Регионы Российской Федерации значительно различаются по динамике инновационных процессов, по новшествам, которые они осваивают, по их влиянию на показатели развития территорий.

Учет региональных особенностей приобретает все большую остроту, возрастает роль отличительных признаков, формирующих деловую среду инновационной деятельности. Множественность этих признаков и неравномерность регионального развития делают необходимым выявление и учет особенностей формирования инновационной деятельности для разработки механизмов управления.

Научно-исследовательский центр по инновационной деятельности высшей школы Тверского государственного университета считает, что РФ представлена 19 территориями инновационного развития [1]. Наряду с общими признаками каждая территория предлагает свои подходы и решения, которые служат своеобразными «точками роста» в процессе инновационного развития региона. Каждая область располагает базовой моделью новой экономики РФ. Для Московской области характерно создание промышленных округов и технопарков различной типологии, для Липецка – региональные экономические зоны, для Саратова – региональные научно-технологические кластеры в области биотехно-

логий, нанотехнологий, лазерные технологии, для Самары – кластерная политика как основа развития региона и т.д.

Региональная модель инновационного развития экономики формируется и в Алтайском крае [2]. В структуре Администрации края создано Управление по науке и инновационной политике, принят закон Алтайского края от 14 сентября 2006 года №93-ЗС «Об инновационной деятельности в Алтайском крае», создан координационный Совет по инновационной деятельности, постановлением Администрации Алтайского края от 23 мая 2007 года №222 утверждено Положение «О порядке ведения краевого инновационного банка данных и порядке формирования и использования реестра приоритетных инновационных проектов», постановлением от 20 сентября 2010 года №407 утверждено «Положение об условиях предоставления организациям Алтайского края государственной поддержки при осуществлении ими инновационной деятельности», принято Постановление администрации Алтайского края от 31.10.2008 г. «Об ежегодном краевом конкурсе инновационных проектов «Новый Алтай», создан Алтайский бизнес-инкубатор, функционирует наукоград в г. Бийске и т.д.

В реализации региональной инновационной политики присутствует и кластерный подход, который основывается на высокой организации локальных систем, как более мобильных в сравнении с глобальными системами [7]. Создан медицинский кластер, в качестве потенциально эффективных и конкурентоспособных кластеров выделяют [7]: экофармацевтический кластер; группу агропромышленных кластеров, туристический кластер; кластер аграрного машиностроения. Кластеры, автономные, высокоспециализированные образования, создаются для обслуживания конкретной предпринимательской ниши, способны реализовать управление крупными инновационными проектами. Но кластеры не могут создать благоприятной среды для множества потенциальных участников инновационной деятельности, хотя и располагают определенными возможностями, как автономные блоки региональной инновационной системы.

Тем самым обозначено стремление Администрации Алтайского края к формированию объектов и процессов, имеющих многопользовательский характер, выделены базовые характеристики инновационной региональной системы: неделимость ее элементов, обслуживающих экономику региона, комплексный характер потребления и многоотраслевой характер использования, т.е. предполагается, что система является общей для многих видов предпринимательской деятельности.

Одним из базовых параметров региональной инновационной системы является отраслевая структура экономики [3]. Для различных отраслей экономики типичны различные модели возникновения и распространения инноваций, а также различный характер взаимосвязи между инновационной активностью компаний и результатами хозяйственной деятельности, конкурентоспособностью на внутреннем и внешнем рынках.

К тому же факторов, ведущих к разделению отраслей в инновационной сфере, множество: различные федеральные и региональные корни и традиции, политические культурные особенности, специфические сферы потребления и сбыта и т.д. Среди факторов, реально объединяющих отрасли, следует назвать

два – общая нормативная и правовая база инновационной деятельности и информационная составляющая системы, охватывающая все этапы инновационного цикла, потребность в информационных услугах, возникающая у всех без исключения участников инновационного процесса.

Поэтому полагаем, что в настоящее время, сохраняя ориентиры на стратегические, базовые характеристики региональной инновационной системы, необходимо предлагать конкретные меры по формированию отдельных подсистем отраслей – отраслевых инновационных модулей [2; 4; 5]. Считаем, что тактически рационально формирование в течение ближайших 3-5 лет отраслевых элементов и процессов инновационной сферы, что позволит в более отдаленной перспективе (5-10 лет) иметь реальную базу для их интеграции и обеспечения многопользовательского, многоотраслевого характера региональной системы.

Располагая основными элементами и механизмами, необходимыми для построения региональной инновационной системы и ее составных частей: подсистемы генерации знаний, подсистемы генерации технологий и подсистемы генерации инноваций – органы государственной власти Алтайского края вполне могут реализовать планы перехода экономики на инновационный путь развития.

Функционирование такой системы затронет деятельность сотен организаций и предприятий, поэтому эффективно действующий процесс с таким множеством участников возможен, если создать региональный механизм, способный обеспечить взаимодействие всех элементов, то есть выполнить непереносимое условие успешной деятельности в любой сфере и реализовать важнейшую функцию управления – организационную [2; 6].

Принятие решений об организации всегда имеет два аспекта:

- структурирование (процессов и элементов);
- связи структурных элементов.

Эти аспекты в управленческой деятельности проявляются как постоянно решаемые организационные задачи, управленческая функция организации реализуется только совместно с организационной структурой процесса.

На наш взгляд, вполне уместно сравнение управления хозяйственным комплексом региона с управлением крупной корпорацией с диверсифицированной по отраслевому (продуктовому) признаку, выпускающей широкую номенклатуру продуктов (изделий, услуг) для различных рынков.

Типичная для таких корпораций продуктовая структура управления, которую называют также дивизионной или звеной, обладает следующими основными преимуществами:

- большой долей самостоятельности при принятии решений в звеньях;
- быстрой реакцией на изменения;
- освобождением верхних уровней управления от оперативных и рутинных задач;
- незначительным количеством конфликтов в отдельных звеньях, так как внутри них преследуются намеченные цели;
- высокой степенью специализации работников инновационной сферы.

Простая форма такого основного структурного построения способствует гибкости ее управления, создается архитектура, которая снижает технические и

организационные зависимости, упрощает подключение и использование модулей при хорошо понятных и немногочисленных интерфейсных характеристиках.

Разделение на отраслевые модули в структуре диверсифицированной системы соответствует практике и логике управления производственным комплексом региона как на федеральном, так и на региональном уровне. Так:

– специализация отдельных модулей соответствует специализации национальных отраслевых проектов, например, «Здоровье», «Образование» и т.п.;

– университеты, являющиеся центрами генерации новых знаний, «привязаны» к отдельным отраслям на региональном уровне: АлтГТУ к отраслям промышленного производства, АГАУ к отрасли сельскохозяйственного производства, АГМУ к здравоохранению, АлтГУ к образованию;

– хозяйствующие субъекты сориентированы на специализированные по отраслевому признаку органы управления администрации края (управление по промышленности, управление сельского хозяйства, управление здравоохранения, управления образования и т.д.);

– федеральная система финансирования НИР и ОКР также реализуется через отраслевые министерства и управления администрации края;

– создаваемые в регионе малые инновационные предприятия (МИП) группируются вокруг отраслевых университетов;

– потенциальные инвесторы в сфере инноваций «привязаны» к конкретным отраслям, ориентируясь на государственно-частное партнерство с отраслевыми университетами и управлениями администрации края.

Предлагается следующий вариант модели управления инновационной деятельностью в регионе, представленной на рисунке 1.

Формирование состава основных участников инновационной деятельности рассмотрим на примере модуля «промышленное производство, включив в него организации и предприятия, способные обеспечить выполнение функций региональной инновационной системы (табл. 1).

Однонаправленность инновационного процесса, иначе говоря – синергия, в региональной инновационной системе обеспечивается совместными действиями организаций и предприятий и определяется следующими условиями функционирования системы.

1. Инициирование все новых федеральных и региональных программ, крупных межрегиональных и региональных проектов социально-экономического развития регионов, которые носят комплексный характер. Их реализация требует высокого уровня взаимодействия между отраслями, установления ранее существующих либо реставрации прерванных связей.

2. Организации взаимодействия способствует то обстоятельство, что отрасли, организации, предприятия функционируют на основе единой правовой и нормативной базы управления инновационной деятельностью.

3. Государство, как основной участник инновационной системы, располагает утвержденными для всех отраслей механизмами и институтами поддержки. Это позволяет руководству устанавливать желаемые связи между отраслями

либо, по выбору, ограничивать свое внимание лишь поддержкой синергии, появляющейся автоматически.

4. Меры государственного воздействия распространяются на всех без исключения участников инновационного процесса, независимо от масштаба деятельности, организационно-правовой формы организаций и предприятий.

5. Верхний уровень управления инновационной системой имеет возможность определять и поддерживать эффективные способы коммуникации между отраслями для появления желаемой синергии, обеспечения распространения ценных инновационных идей внутри отраслей.

Рис. 1. Модель организационной структуры управления инновационной деятельностью в регионе

В общем виде схема построения модели управления каждым модулем региональной инновационной системы приведена на рисунке 2.

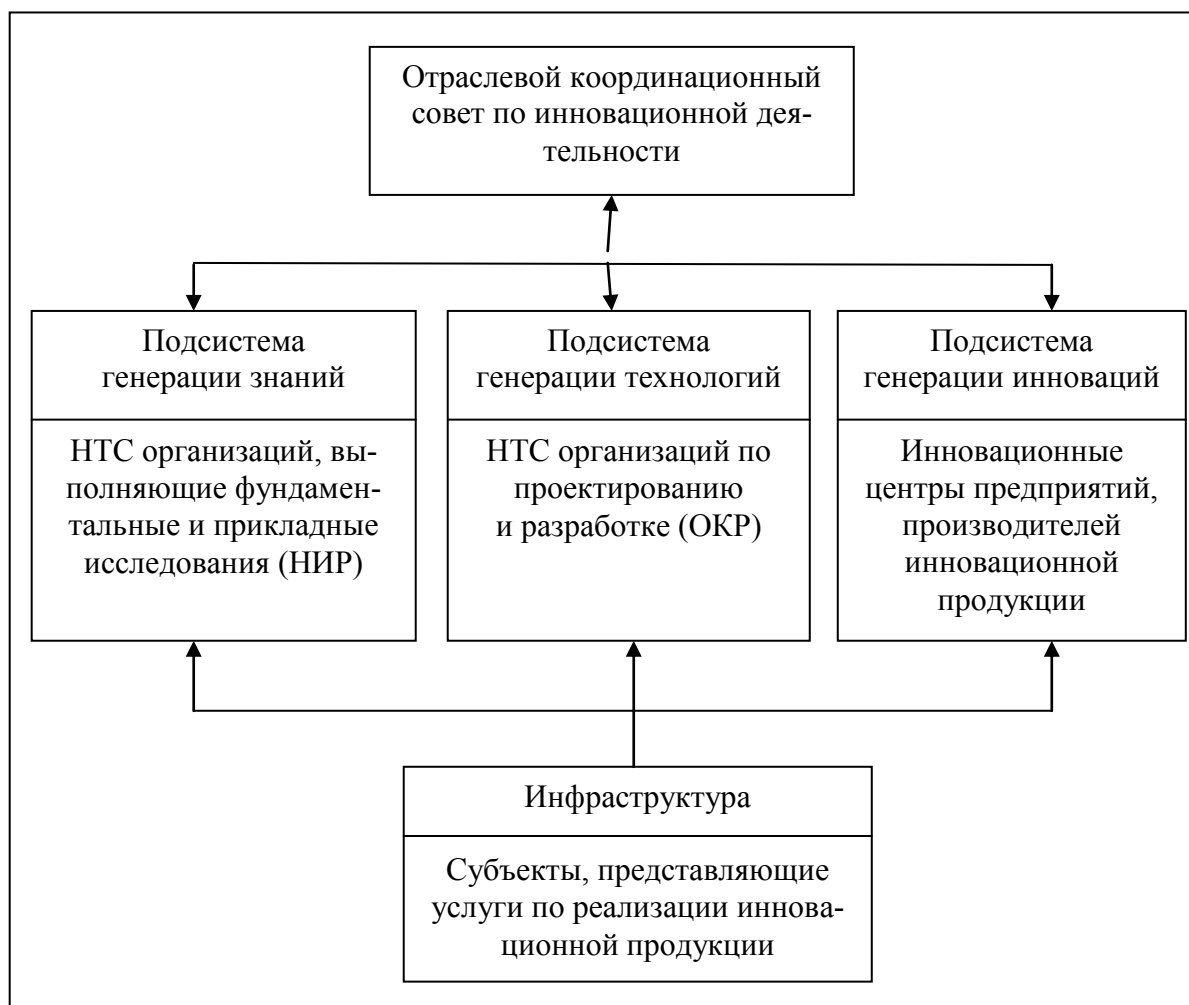


Рис. 2. Схема управления модулем региональной инновационной системы

Общий вывод состоит в следующем. Один из недостатков существующего управления инновационной деятельностью в регионе состоит в том, что не завершено формирование устойчивых связей между элементами инновационной системы, отражающих их расположение, характер взаимодействия, вид и конфигурацию, то есть нет того, что соответственно и делает комплекс элементов системой. Это происходит потому, что нет существенной характеристики системы-структуры управления.

В основу построения структуры региональной инновационной системы может быть положен отраслевой признак. Выстроенные по этому признаку составные части инновационной системы (отраслевые модули) располагают основными элементами и связями, необходимыми для функционирования инновационной системы.

**Основные участники инновационного модуля
«Промышленное производство»**

Составные части региональной инновационной системы	Основные участники инновационной деятельности	Ожидаемые результаты
Система генерации знаний	Учреждения высшего профессионального образования: АлтГТУ, БТИ, РИИ. Учебные институты вузов: ИАиД, ИТиЛП, ИЭиУРР. Учреждения Российской академии наук: НИИ ВиЭП, НИИ ПХЭТ; лаборатории институтов СО РАН; НИИ ЭиОПП; НИИ ФМП; НИИ СМК	Бизнес-идеи, основанные на результатах фундаментальных и прикладных исследований научных школ вузов и НИИ
Система генерации технологий	Научно-исследовательские институты вузов: НИИ ППР; НИИ ВТ; НИИ ТЭР; НИИ ГПиУ; НИИ ИТиТ; НИИ ЭЭ. Научные лаборатории вузов – 6. Научно-технические центры вузов – 14. Отраслевые научно-исследовательские институты: ФНПЦ «Алтай»; ОАО «АНИТИМ»; СКБ «ВОСТОК»	Бизнес-проекты, основанные на результатах ОКР, проводимых НИИ вузов, отраслевых НИИ, результаты технико-технологического аудита заимствований и имитаций
Система генерации инноваций	Предприятия по производству инновационных продуктов (изделий, технологий) Барнаульской, Бийской, Рубцовской промышленных зон. Градообразующие предприятия Славгорода, Заринска, Новоалтайска. Предприятия по производству инновационных услуг в сфере информатики, телекоммуникаций, связи, транспорта, финансов, консалтинга и т.д.	Бизнес-планы вывода на рынок инновационных продуктов (изделий, технологий, услуг)
Инфраструктура	Отдел коммерциализации АлтГТУ. Ресурсный центр АлтКГУ РЕОИС. Центр коллективного пользования АлтКЦНИТ. Алтайский региональный фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Бизнес-инкубаторы Барнаула и Бийска	Приобретение дополнительных компетенций, обеспечивающих конкурентные преимущества участникам инновационного процесса, трансфера знаний в экономику

Библиографический список

1. Лурье Е.А. Территориальные сетевые модели организации инновационных систем // Е.А. Лурье. IX Всесибирский инновационный форум. – Тверской ИнноЦентр, 2007. – С. 130-139.
2. Цомаева И.В. Совершенствование организационных отношений участников инновационной деятельности в условиях региона: монография. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2010. – 214 с.

3. Кравченко Н.А., Кузнецова С.А., Маркова В.Д. и др. Инновации и конкурентоспособность предприятий / под ред. В.В. Титова. – Новосибирск: ИЭПП СО РАН, 2010. – 324 с.

4. Проблемы инновационного развития России / под ред. В.П. Павлова, А.К. Казанцевой. – Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2009. – 316 с.

5. Гунханов В.А. Интеграция образования, науки и производства в процессе формирования инновационной инфраструктуры устойчивого отраслевого роста в современной России // Инновации. – 2007. – №10. – С. 7-10.

6. Гусаков М.А. Принципы и подходы к управлению инновационной экономикой в регионах разного типа / М.А. Гусаков // Инновации. – 2004. – №10. – С. 34-41.

7. Горелова С.А., Соколова О.Н. Инновационно-ориентированная региональная кластерная политика // Сборник научных докладов межрегиональной с международным участием научно-практической конференции, г. Белокуриха, 20-21 ноября 2008 г. – Барнаул: Азбука, 2008. – 295 с.

ББК 65.04

УДК 332.1

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА

И.С. Чистякова

Горно-Алтайский государственный университет

Инвестиционная деятельность играет важнейшую роль в поддержании и наращивании экономического потенциала страны. Это, в свою очередь, благоприятно сказывается на деятельности предприятий, ведет к увеличению валового национального продукта, повышает активность страны на внешнем рынке.

Инвестиционная деятельность региона – целенаправленно осуществляемый процесс изыскания необходимых инвестиционных ресурсов, выбора наиболее выгодных объектов инвестирования, формирования сбалансированной по избранным параметрам инвестиционной политики и обеспечения ее реализации.

Инвестиционная деятельность региона может быть представлена как совокупность организационных, экономических и нормотворческих действий органов власти, хозяйствующих субъектов и физических лиц по формированию необходимых инвестиционных ресурсов, их эффективному использованию в инвестиционных проектах, обеспечивающая долговременное и гарантированное получение дохода на уровне, соответствующем принятым в регионе требованиям.

Именно инвестиционной деятельности отводится ключевое место в процессе проведения крупномасштабных политических, экономических и социальных преобразований, направленных на создание благоприятных условий для устойчивого экономического роста. С позиции сущности реформирования экономики проблема повышения инвестиционной активности и улучшения инвестиционного климата является одной из узловых.

В экономике рыночного типа, к которой в настоящее время относят и Россию, хозяйствующие субъекты сами принимают решения об осуществлении инвестиций. При этом экономические агенты финансируют капиталовложения либо самостоятельно, либо за счет заимствования средств на финансовых рынках на конкурентной основе. Главными критериями необходимости инвестиций являются рост эффективности производства и максимизация прибыли. К тому же технологические изменения в состоянии базовых отраслей требуют больших капиталовложений. Все это говорит о целесообразности использования термина инвестиционная политика региона.

Инвестиционная политика региона – неотъемлемая часть стратегии развития региона, заключающаяся в выборе и реализации наиболее эффективных путей обеспечения его инвестиционной деятельности.

Цели и задачи региональной инвестиционной политики, а также формы и методы ее реализации в различных регионах могут не совпадать, однако можно выделить общие цели и задачи, которые ставит перед собой регион:

1. расширение объема и повышение эффективности инвестиций за счет совершенствования их структуры;
2. приоритетное развитие производств, имеющих стратегически важное значение для экономики региона и страны в целом;
3. превращение государственных инвестиций в «локомотив» повышения инвестиционной активности, в средство управления структурной трансформацией экономики;
4. создание благоприятного инвестиционного климата в регионе как предпосылки экономического роста;
5. стимулирование предпринимательства и частных инвестиций;
6. создание дополнительных рабочих мест;
7. привлечение инвестиционных ресурсов из различных источников, включая иностранные инвестиции;
8. стимулирование создания негосударственных структур, для аккумуляции денежных сбережений населения на инвестиционные цели;
9. создание правовых условий и гарантий для привлечения инвесторов;
10. развитие лизинга в инвестиционной деятельности;
11. поддержка малого и среднего предпринимательства;
12. совершенствование системы льгот и санкций при осуществлении инвестиционного процесса.

Для достижения конечных целей инвестиционная деятельность в регионе должна обеспечиваться целостность и непрерывность воспроизводственного процесса. Показателем воспроизводственного процесса является валовой региональный продукт. Его структура определяется как направлениями, так интенсивностью инвестиционной деятельности.

По мнению А.В. Андреева, интенсивность инвестиционной деятельности в регионе зависит от множества факторов – объективных и субъективных, природных и экономических. Поэтому при привлечении инвестиций в регион не следует уделять внимание только имеющимся природным богатствам, а необходимо формировать современный организационно-экономический и правовой

механизм регулирования инвестиционной деятельности как на уровне Федерации, так и на уровне региона и адекватную ему систему хозяйствующих субъектов, способную на практике реализовать приоритеты инвестиционной политики региона.

Механизм должен быть представлен совокупностью методов, форм и способов организации инвестиционной деятельности, совокупностью регламентированных государством отношений взаимосвязей участников инвестиционного процесса, обеспечивающих его высокую эффективность, непрерывность и относительную независимость от внешних условий. В его составе можно выделить три блока:

1. инструменты воздействия на материально – техническую базу инвестиционного процесса;
2. инструменты влияния на социально-экономические отношения процесса инвестирования;
3. формы и методы организации работы объектов инвестиционной инфраструктуры.

Эти блоки отражают три грани механизма регулирования инвестиционной деятельности, в то же время определяют и важнейшие его функции, задачи и инструменты воздействия.

Формирование механизма регулирования инвестиционной деятельности невозможно без создания правовой базы.

С.Ю. Абрамова в своей работе «Основные принципы государственного регулирования инвестиционной деятельности» приводит несколько общих принципов государственного регулирования инвестиционной деятельности на региональном уровне, реализация которых позволит обеспечить активизацию инвестиционного процесса на региональном уровне. Эти принципы сформулированы следующим образом:

1. Необходимость разработки инвестиционной концепции региона, предусматривающую набор альтернатив, многовариантную проработку путей развития за счет инвестиций.
2. Мониторинг и анализ инвестиционной деятельности в регионе.
3. Разработка инвестиционной политики с учетом направлений инвестиций на основе территориальных (какие районы и города имеют преимущество в инвестициях) и отраслевых (какие отрасли должны развиваться более быстрыми темпами) приоритетов.
4. Обеспечение конструктивного взаимодействия ученых и власти в выработке общей стратегии управления инвестиционным процессом в регионе.

Таким образом, формирование механизма регулирования инвестиций в регионе, реализация принципов государственного регулирования, а также создание правовой базы позволит обеспечить активизацию инвестиционного процесса на региональном уровне.

Библиографический список

1. Коневец Е.Ю. Инвестиционная привлекательность Ставропольского края. Материалы международной научной студенческой конференции «Научный потенциал студенчества – будущему России». Том второй. Общественные науки. Ставрополь: СевКавГТУ, 2007. 143 с. Северо-Кавказский государственный технический университет [Электронный ресурс] <http://www.ncstu.ru>
2. Андреев А.В. Основы региональной экономики: учебное пособие/ А.В. Андреев, Л.М. Борисова, Э.В. Плучевская. – М.: КНОРУС, 2007. – 336 с.
3. Иваницкая И.И. Инвестиции и инвестиционная политика. Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера. <http://www.koet.syktsu.ru>
4. <http://www/bibliofond.ru>

УДК 331:338

ИННОВАЦИОННЫЙ ТИП УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

О.А. Швецова

Брянская государственная сельскохозяйственная академия

Развитие мировой экономики показывает, что основой экономического роста в настоящий период являются инновации. Инновации – инструмент, улучшающий текущее состояние экономической системы. Эта взаимосвязь реализуется через рост производительности труда и повышения конкурентоспособности экономики. Стратегической целью большинства ведущих индустриальных стран мира видят переход к инновационному типу развития на основе использования в экономике новейших научных открытий и технологических разработок.

Инновационное развитие территории – это многоуровневый, воспроизводственный процесс, включающий уровень предприятия, производственной отрасли, национальной экономики, мирового хозяйства.

Инновационный тип развития хозяйственных систем характеризуется:

1. новаторскими целями, инновационными результатами производственной деятельности в тактическом и стратегическом плане;
2. инновационными инструментами достижения целей;
3. возможностями воспроизводства инновационной направленности на постоянной основе, т.е. хозяйственная система обладает всеми организационно-управленческими, ресурсными и мотивационными условиями для этого.

Кроме того, для инновационного развития как процесса характерны следующие основные черты:

- 1) данный процесс протекает глобально;
- 2) инновационное развитие характерно для всех сфер общественной деятельности и особенно для экономики;

3) данный процесс разворачивается в рамках национальной инновационной системы;

4) инновационное развитие представляет собой процесс, для которого характерно неравномерное течение в зависимости от особенностей предприятия, муниципального образования, региона и страны.

Таким образом, инновационное развитие отражает качественные сдвиги всех сторон общественного воспроизводства, а уровень инновационного развития выражает характер участия конкретного хозяйствующего субъекта в инновационном процессе.

Наиболее эффективным типом управления на современном этапе развития общества является инновационный тип управления, отличительной особенностью которого является увеличение в конечном продукте доли знаний как основного ресурса.

Инновационный тип управления позволяет в процессе выполнения основных функций менеджмента достичь наибольшего управленческого, экономического и социального эффекта при минимуме затрат. Кроме того, именно инновационный тип управления обеспечивает непрерывное поэтапное развитие муниципальных образований и, как следствие, повышение уровня и качества жизни населения.

Для инновационного типа управления характерны отличительные черты, такие как:

1) сетевая организация, свидетельствующая об определенном уровне использования знаний как ресурса развития муниципальных образований;

2) программно-целевой метод, применение которого на территории муниципального образования способствует достижению конкретных целей и определенных результатов;

3) стратегическое управление, которое обеспечивает единство действий, осуществляемых на разных уровнях системы управления, и отвечает темпам изменения среды деятельности муниципального сообщества;

4) поддержка инвестиционных проектов на уровне муниципальных образований, позволяющая повысить инвестиционную активность на территории муниципального образования, увеличить налогооблагаемую базу и сформировать новые источники налоговых платежей.

Усиление конкуренции в области инноваций, наблюдавшееся в настоящее время, а также стремительное развитие технологий побуждают не только к поиску нового пути управления территорией, но и, в частности, к поиску новых стратегий инновационного развития территорий.

В последнее десятилетие стержнем национальной политики нашего государства является реализация стратегии инновационного развития и, как следствие, переход к экономике, основанной на знаниях. Именно эффективная стратегия инновационного развития муниципального образования позволит выбрать соответствующую модель управления инновационно-инвестиционной деятельностью с учетом специфики той или иной территории.

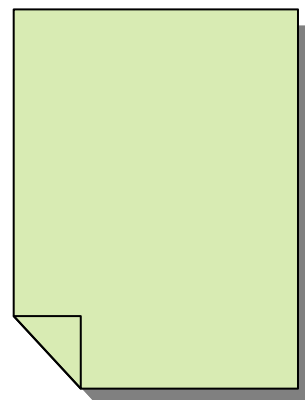
Таким образом, инновационный тип управления развитием муниципальных образований в настоящий период является важнейшим условием эффективного функционирования территории.

Библиографический список

1. Ахромеева Т.С., Малинецкий Г.Г. Инновации и кризис // Менеджмент и инновации. – 2009. – №3.
2. Гусаков М.А. Инновационное направление развития регионов/ М.А. Гусаков, Е.М. Рогова, Д.В. Проскура// Экономика и управление. – 2008. – №1.
3. Инновационный тип развития экономики России: учеб. пособие. – М.: Изд-во РАГС, 2005. – 184 с.

СЕКЦИЯ 3

**ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ
НА ПРЕДПРИЯТИИ**



СОГЛАСОВАНИЕ ЗАДАЧ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ И УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

О.В. Асканова

Рубцовский индустриальный институт

Становление рыночных отношений в экономике России характеризуется усложнением технологических процессов, развитием специализации и кооперирования производства, расширением номенклатуры и ассортимента продукции, нестабильностью и неопределенностью спроса, необходимостью экономии ресурсов. В этих условиях огромное значение приобретает задача эффективного формирования производственной программы предприятия, поскольку она является интегральным результатом управления, находящимся в тесной взаимообусловленности с решениями в области материально-технического, кадрового, финансового обеспечения, маркетинга, рекламы и др. Комплексный характер задач формирования производственной программы, значительный уровень неопределенности факторов внутренней и внешней среды функционирования предприятия предъявляют особые требования к выбору инструментов и методов управления этим процессом.

Разработка производственной программы предприятия и управление ходом её выполнения предполагает решение целого спектра тактических задач в рамках единого производственного плана. Одной из важнейших задач при этом, на наш взгляд, является необходимость согласования противоречивых требований выполнения календарных сроков поставок по договорам с потребителем, что влияет на уровень производственных издержек и нарушает порядок управления запасами. Поэтому более подробно остановимся на исследовании проблем согласования задач формирования производственной программы и задач управления запасами.

Важнейшей особенностью запасов промышленного предприятия является то, что с точки зрения аккумуляирования средств они являются одним из количественно значимых элементов текущих активов. Именно запасы определяют непрерывность производственного процесса предприятия и представляют, по словам Аникина Б.А., его “вторую после партии обработки расчетную составляющую” [1, с. 210]. Среди основных мотивов создания материальных запасов считаем необходимым выделить:

- возможность колебания спроса;
- сезонность спроса;
- скидки за покупку крупной партии ресурсов;
- спекулятивный мотив. Предприятие, спрогнозировавшее рост цен на определенные материальные ресурсы, создает запас с целью извлечения прибыли за счет изменения рыночной цены;
- снижение издержек, связанных с размещением и доставкой заказа;
- вероятность нарушения установленного графика поставок. В производстве незапланированная остановка процессов наиболее опасна для предприятий

с непрерывным циклом производства, что требует создания страхового запаса ресурсов;

- сведение к минимуму простоев производства из-за отсутствия запасных частей для оборудования;

- упрощение процесса управления производством. Наличие запасов позволяет снизить требования к степени согласованности производственных процессов на различных участках и издержки на организацию управления этими участками.

Изложенное выше позволяет говорить о том, что мотивы создания той или иной категории запасов, превалирующие на предприятии, определяют политику как в сфере управления оборотными средствами, так и в сфере управления производственной деятельностью.

Анализ работ отечественных и зарубежных авторов, посвящённых проблемам управления запасами, позволяет сделать вывод, что большая часть учёных тесно связывает их с процессом оперативного управления производством. Так, в [2, с. 50] рассматривают управление производственными запасами в качестве элемента, интегрированного в систему управления материально-технического обеспечения и в логическую систему предприятия в целом. При этом, как отмечается в работе [3], “системы оперативного управления производством, качеством, материально-техническими запасами и техническим обслуживанием базируются на одинаковых основных принципах”, преследуя цель обеспечения эффективной реализации целей фирмы.

В силу отмеченного выше способы формирования производственной программы предприятия во многом определяют характер задач управления запасами. В подтверждение этого осуществим сравнение важнейших параметров систем оперативного управления производством (ОУП), ориентированных на прогнозный спрос (первый вариант) и на фактический спрос (второй вариант).

В основу исследования положено предположение, что рассматриваемые системы работают в одинаковых условиях с точки зрения интенсивности поступающих заказов от потребителей и возможностей их выполнения. Обозначим через D среднемесячное фактическое поступление заказов на один и тот же вид продукции. При этом будем исходить, что этот параметр равен и среднемесячной прогнозной величине спроса, на которую ориентируется система ОУП. Максимальные отклонения фактического спроса от прогнозного определены величиной DI . Математическое ожидание в этом случае будет равно 0. Однако мы должны ориентироваться на максимальное отклонение в большую сторону, чтобы не потерять объем продаж. Отсюда запасы готовой продукции будут изменяться от 0 (когда увеличение спроса сравнивается с уровнем запасов) до $4DI$ (когда спрос будет минимальным), а средний уровень запасов – $2DI$ (единиц продукции).

Пусть опережение от закупки материальных ресурсов до выпуска продукции (одной и той же в обоих сценариях) составляет T месяцев (T определяет длительность производственного цикла – ДПЦ). Себестоимость единицы продукции – S , $S/2$ – стоимость материальных запасов перед началом производства. Отсюда средняя стоимость запасов материальных ресурсов, незавершенного

производства, приходящаяся на заданный выпуск продукции, примерно составит величину $(3S/4)*D*T$.

Следовательно, при любой из систем ОУП для обеспечения производства продукции необходимо вложить в запасы средства в размере $(3S/4)*D*T$. Стоимость же страховых запасов готовой продукции одного наименования при реализации системы ОУП, ориентированной на прогнозный спрос, составит $2S*DI$. Однако следует отметить, что эта величина представляет собой единовременное вложение средств (непрерывно используемых и возобновляемых), обеспечивающее весь выпуск продукции данного наименования на протяжении жизненного цикла. Поэтому относительно единицы продукции указанные страховые запасы могут быть и невелики.

Для того чтобы сравнивать результаты разных сценариев с точки зрения выполнения заказа потребителя, будем исходить из того, что оба сценария предусматривают заказ потребителем единицы продукции в одно и то же время. В системе, ориентированной на фактический спрос, производство заказанной единицы продукции осуществляется только по мере поступления такого требования. Следовательно, через T месяцев потребителю будет отправлена заказанная продукция и финансовые документы на нее, получение которых является основанием для оплаты (пусть и в первом сценарии предусматривается такой же механизм реализации продукции). При данном варианте выполнения заказа будет отвлечение средств в размере $3S/4$ (в среднем) за период T . Однако этот процесс начнется на T месяцев позже, чем в первом варианте. С такой же задержкой будет получена и прибыль от реализации продукции.

В первом варианте организации системы ОУП возникает дополнительная потребность в средствах в размере $2S*DI/D*T$ на весь период выпуска продукции. Казалось бы, первый вариант менее эффективен из-за того, что в нем приходится дополнительно “содержать” страховой запас готовой продукции. Однако именно он обеспечивает более быстрый приток средств от потребителя (можно представить и дисконтированную картину таких потоков), которые снова направляются в производство, и т.д. Возникающий эффект может полностью перекрыть указанные финансовые убытки. Кроме того, в спор вступает и второй временной фактор. Во втором варианте потребителю приходится ждать исполнения своего заказа (T месяцев), или заранее сделать заказ, или передать заказ другому предприятию, которое готово выполнить его сразу. Вот почему системы ОУП в мировой практике организуются в большинстве своем по первому сценарию. Кроме этого, организация первого варианта системы ОУП существенно упрощается алгоритмически, с точки зрения подготовки календарно-плановых нормативов и др. Таким образом, рост уровня запасов обеспечивает повышение эффективности производства и системы оперативного управления им. Таким образом, обобщая достоинства и недостатки различных типов организации производством можно представить их в виде рисунка 1.

Роль запасов в организации ОУП существенно возрастает при сезонном характере спроса на продукцию. Для понимания этой проблемы рассмотрим более подробно порядок формирования запасов при ориентации производства на прогнозный спрос, имеющий сезонный характер.

Преимущества и недостатки

Система ОПУ производством, ориентированная на прогнозный спрос	Система ОПУ производством, ориентированная на фактический спрос
Необходимость содержания дополнительных запасов в размере $2S \cdot DI/D \cdot T$	Угроза потери сделки или клиента Сдвиг по времени притоков средств от потребителя
Более быстрый приток средств от потребителя Возможность расширения объёма реализации	Отсутствие необходимости в содержании дополнительных запасов

Рис. 1. Преимущества и недостатки систем ОУП, ориентированных на прогнозный и фактический спрос

На наш взгляд, первоначально прогнозный спрос, сезонный его характер должен определяться на основе данных об объёмах реализации продукции за предыдущие годы с дальнейшей корректировкой по мере поступления заказов. Корректировка прогнозного спроса осуществляется по условиям договоров: если точно указан срок поставки, то данная продукция планируется к выпуску в соответствующем периоде; если срок можно сдвигать в течение месяца, квартала, то плановый срок выпуска такой продукции максимально сдвигается к настоящему времени или наоборот. При этом должны учитываться возможности предприятия. Отсюда на горизонт планирования T и по его подпериодам (декадам, месяцам) службы маркетинга должны корректировать значения D . Мы же оставим обозначения таких параметров без изменения.

На основе фактических данных о заказах за прошедший период, не меньший чем T , следует непрерывно корректировать параметр DI максимального отклонения (на основе максимальной доли отклонений за указанный период) от среднего спроса D по месяцам и новый параметр использовать при очередном принятии решений. Такие расчеты являются элементами самонастраивающейся системы. За такой же период T подводятся итоги фактических заказов (Z), их выполнения ($Z1$), прогнозного спроса ($Z2$) за весь период T . Ясно, что если $Z \neq Z2$, то изменяется тенденция спроса на горизонт планирования T . Поэтому прогнозный параметр D как на ближайший период принятия решений (декаду, месяц), так и последующие (но в рамках горизонта планирования) следует откорректировать, учитывая тенденцию изменению спроса ($Z/Z2$). Если $Z > Z1$, то заказ производству следует увеличить на величину $Z - Z1$ в ближайший период (декаду, месяц).

Таким образом, на основании изложенного для системы ОУП на ближайший текущий плановый период (декаду, месяц) поступает откорректированный прогнозный заказ на продукцию $Q_{тек} = D \cdot Z/Z2 + Z - Z1$. Для последующих периодов, входящих в горизонт планирования T , фиксируются параметры $Q = D \cdot Z/Z2$. Наглядно представленный порядок корректировки основных парамет-

ров системы оперативного производства и формирования заказов на продукцию представлен на рисунке 2.



Рис. 2. Порядок корректировки основных параметров системы оперативного производства и формирования заказов на продукцию

Как видно из рисунка, именно параметры $Q_{тек}$, Q и $D1$ определяют уровни запасов и незавершенного производства, т.е. как минимум половину стоимости оборотных активов. Перед производством же ставится задача выполнения заказов с минимальными затратами и уровнем оборотных средств.

С точки зрения системы ОУП основными элементами производства являются сборочные участки – именно они являются конечным звеном в производственном процессе, выпускающем готовую продукцию. На этих участках находится незавершенное производство с наибольшим уровнем уже “освоенных” трудовых и материальных ресурсов. Поэтому здесь необходимо добиться минимизации уровня незавершенного производства. С участков сборки начинается процесс оперативно-календарного планирования в последовательности, обратной технологической, а также “вытягивание” из производства готовых деталей и сборочных единиц. Для российских предприятий характерна работа по “дефициту”: диспетчеры подгоняют производство наиболее дефицитных на сборке деталей и сборочных единиц, из-за которых может остановиться или уже простаивает сборочный участок.

На уровне подразделений предприятия “маркетинг-сбыт”, исходя из подготовленной информации о необходимых сроках и объемах отгрузки готовой продукции Q потребителю, делается корректировка планов уже на первые рабочие дни. Данные о наличии готовой продукции на складе сравниваются с частью страхового норматива. Отклонение страховых запасов от норматива приведет к корректировке сроков выпуска продукции со сборки. Далее с учетом опережения подготовки продукции к отправке формируются заявки сборочным участкам на выпуск изделий по срокам и количеству. Если несколько сборочных участков выпускают один и тот же вид продукции, то ежедневный выпуск распределяется либо равномерно по участкам, либо пропорционально их производительности, либо по максимальным их возможностям и приоритетам (на основе максимальной производительности, минимальных затрат, наилучшего качества и др.). Таким образом, для каждого сборочного участка фиксируется управляющая информация о выпуске готовой продукции по рабочим дням на весь горизонт планирования T .

План для сборочных участков является основой системы ОУП для остального производства в соответствии с технологическим процессом. Оперативное управление проще осуществить тогда, когда большинство участков организовано по принципу предметно-замкнутых. Как правило, на предприятии имеются и участки с технологической формой организации производства. Чем больше таких участков, тем сложнее технологические маршруты деталей и сборочных единиц, а следовательно, сложнее система ОУП.

На момент принятия решения на участке сборки имеется информация о требуемом выпуске в каждом рабочем дне (смене) всех наименований изделий (модификаций одного изделия) на весь текущий прогнозный период T . При этом выпуску изделия по рабочим дням (сменам, суткам) необходимо поставить в соответствие потребность сборки в комплектующих деталях, сборочных единицах с опережением, равным длительности сборочного процесса и передаче готовых деталей с других участков производства. На основе оперативного учета необходимо располагать информацией о наличии готовых деталей и сборочных единиц на участке сборки, как в запасах, так и в несобранных (или уже готовых) изделиях, а также на складе (если таковой имеется на пути готовых деталей с производственных участков на сборку, сюда могут поступать и комплектующие со стороны). На сборочном участке должна находиться и часть страхового запаса под быстрый выпуск готовой продукции. Такой норматив также задается относительно прогнозного спроса соответствующего периода. Тогда по каждой детали, узлу определяются сроки потребности в них на сборочном участке. Таким образом, уточняется часть информации о потребности в готовых деталях, узлах, комплектующих по рабочим дням (сменам) с учетом наличия их на сборочном участке и нормативов страхового запаса.

Движение предметов труда по операциям технологического процесса осуществляется партиями деталей (узлов, сборочных единиц) нормативного (оптимального) размера. Оптимизация размера партий деталей предполагает минимизацию совокупных затрат, включающих как затраты на переналадку оборудования (с одной стороны), так и расходы на поддержание соответствующего

уровня незавершенного производства. При автоматизации производства, уменьшении расходов на переналадку оборудования (при смене наименования обрабатываемой детали) оптимальный размер партии уменьшается, сокращается ДПЦ обработки партии деталей и уровень незавершенного производства.

К наиболее раннему сроку потребностей в деталях на сборку должна быть поставлена партия готовых деталей с участка, их производящего. Отсюда фиксируется срок выпуска первой партии готовых деталей с завершающего (выпускающего готовые детали, узлы, сборочные единицы) участка (с учетом опережения передачи деталей с участка сразу на сборку или через склад) таким образом, чтобы она пришла на сборку к моменту потребности в данных деталях. Учитывая время, на которое сборка будет обеспечена деталями первой партии, фиксируется время выпуска второй партии деталей с завершающего участка и т.д.

Для завершающих участков также может быть установлен норматив страховых запасов под возможный наискорейший выпуск готовой продукции. Такой норматив должен быть учтен при оперативном управлении на данных участках производства.

С размером партии деталей связаны календарно-плановые нормативы (КПН): длительность обработки на участках производства и в целом на предприятии, опережение запуска-выпуска с любого этапа технологического процесса до подачи на сборочный участок. Поэтому, зная нормативы опережений, можно планировать ход производства в последовательности, обратной технологической по всем участкам производства. Следовательно, когда для завершающего участка по партии деталей установлен срок выпуска с участка, срок запуска фиксируется по опережению, а уже относительно этого срока определяется момент выпуска (день, смена) со следующего участка производства.

Таким образом, используя календарно-плановые нормативы по принципу “точно в срок” (а планирование по опережениям использовало этот принцип и до возникновения такого японского термина), планируется ход производственного процесса по всем участкам предприятия. Подобным образом реализуется процесс межцехового, межфирменного оперативно-календарного планирования (ОКП).

Следует отметить, что в условиях отсутствия полностью автоматизированной системы оперативного учета на предприятии невозможно оперативно получить необходимую информацию, а следовательно, говорить и о решении ряда задач оперативного управления, особенно задач оптимизации производственной программы, не представляется возможным. Процесс автоматизации управления требует значительных финансовых и временных затрат, поэтому при разработке системы ОУП ориентироваться следует на последовательное расширение ее возможностей по мере формирования базы данных и автоматизации процесса принятия решений.

Информация системы ОУП служит основанием для принятия решений в системах подготовки производства и материально-технического обеспечения. Когда план-график производства на межцеховом уровне построен, он является основанием формирования заданий на обеспечение подразделений предприятия

материальными ресурсами, инструментом, приспособлениями и др. материальными оборотными средствами. Длительность реализации такой работы заложена в КПП при формировании сроков запуска в производство партий деталей.

Таким образом, упрощённо в наглядном виде представленный подход к формированию оперативных заданий производственной программы с учетом прогнозного спроса на продукцию и созданию страховых и дополнительных запасов готовой продукции, незавершенного производства отражён на рис. 3.



Рис. 3. Порядок формирования оперативных заданий производственной программы и её обеспечения

Таким образом, обобщая всё вышеотмеченное, можно заключить, что традиционные системы управления производством не всегда соответствуют требованиям рынка и зачастую не способны эффективно влиять на производительность, длительность производственного цикла и необходимый уровень запасов. Представленный сравнительный анализ важнейших параметров систем оперативного управления производством, ориентированных на прогнозный и на фактический спрос, позволил выявить основные задачи управления запасами и

предложить порядок корректировки и формирования заказов на продукцию и уровня запасов.

Библиографический список

1. Логистика / под ред. Б.А. Аникина. – М.: ИНФА-М, 2000. – 352 с.
2. Мате Э., Тиксье Д. Материально-техническое обеспечение деятельности предприятий / пер. с фр. – М.: Прогресс, 1993. – 158 с.
3. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1993. – 702 с.

УДК 658.168.5:347.72.03

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОЦЕДУРНЫХ АСПЕКТОВ
КОРПОРАТИВНЫХ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ**

Н.А. Богданова

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Правовое регулирование процедуры слияния / присоединения организаций осуществляется: ГК РФ; Федеральным законом (ФЗ) «Об акционерных обществах»; ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»; ФЗ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях»; ФЗ «О производственных кооперативах»; ФЗ «О защите конкуренции»; ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»; ФЗ «О рынке ценных бумаг»; приказом Федеральной службы по финансовым рынкам РФ от 25 января 2007 г. №07-4/пз-р «Об утверждении «Стандартов эмиссии ценных бумаг и регистрации проспектов ценных бумаг».

Процедурные особенности слияний / присоединений организаций обусловлены организационно-правовыми формами юридических лиц. Кроме того, в соответствии с требованиями действующего законодательства в отдельных случаях при осуществлении реорганизации в форме слияния требуется согласие уполномоченных государственных органов. Предоставление необходимых документов на согласование в Федеральную антимонопольную службу РФ (ФАС РФ) осуществляется в соответствии с требованиями ФЗ «О защите конкуренции».

Следует отметить, что процедура слияния / присоединения АО занимает длительное время. В соответствии с нормами ФЗ «Об акционерных обществах» (ФЗ «Об АО») общества, участвующие в слиянии, заключают договор о слиянии, в котором определяются порядок и условия слияния, а также порядок конвертации акций каждого общества в акции нового общества.

Совет директоров каждого общества, участвующего в слиянии, выносит на решение общего собрания акционеров вопрос о реорганизации в форме слияния, об утверждении договора о слиянии и об утверждении передаточного акта.

В случае принятия собраниями акционеров реорганизуемых обществ положительного решения о слиянии, в соответствии с требованиями ГК РФ (ст. 60) о принятом решении письменно уведомляются кредиторы реорганизуемых организаций. Кредиторы вправе потребовать прекращения или досрочного ис-

полнения обязательств, должниками по которым являются эти организации, и возмещения убытков.

Процедура расчетов с кредиторами включает в себя:

- уведомление каждым обществом кредиторов о реорганизации в форме слияния;
- получение требований кредиторов о погашении, в том числе досрочной, кредиторской задолженности;
- составление реестра требований кредиторов;
- проверку расчетов с кредиторами, определение сумм кредиторской задолженности к погашению и погашение сумм кредиторской задолженности до момента завершения реорганизации.

В соответствии с ч. 1 ст. 75 ФЗ «Об АО» акционеры – владельцы голосующих акций вправе требовать выкупа обществом всех или части принадлежащих им акций в случае реорганизации общества, если они голосовали против принятия решения о его реорганизации. Выкуп акций обществом осуществляется по цене, определенной советом директоров общества, но не ниже рыночной стоимости, которая должна быть определена независимым оценщиком без учета ее изменения в результате действий общества, повлекших возникновение права требования оценки и выкупа акций.

Реорганизация юридических лиц в форме слияния считается завершённой с момента государственной регистрации вновь возникшего юридического лица, а юридические лица, реорганизованные в форме слияния, считаются прекратившими свою деятельность.

Порядок конвертации акций каждого общества, участвующего в слиянии, в акции создаваемого общества и соотношение (коэффициент) конвертации акций определяется договором о слиянии. Обыкновенные акции могут быть конвертированы только в обыкновенные акции создаваемого общества. Привилегированные акции могут быть конвертированы как в обыкновенные, так и привилегированные акции.

При слиянии обществ акции общества, принадлежащие другому обществу, участвующему в слиянии, а также собственные акции, принадлежащие участвующему в слиянии обществу, погашаются (рис. 1). При реорганизации юридических лиц, осуществляемой в форме слияния, размещение акций осуществляется до государственной регистрации их выпуска, а государственная регистрация отчета об итогах выпуска ценных бумаг осуществляется одновременно с государственной регистрацией выпуска ценных бумаг.

Процедура реорганизации АО в форме присоединения незначительно отличается от процедуры слияний АО (табл. 1).

Реорганизация юридического лица в форме присоединения завершается в момент внесения в единый государственный реестр юридических лиц записи о прекращении деятельности присоединенного юридического лица. В случае осуществления организацией лицензируемой деятельности необходимо обратиться в лицензирующий орган за оформлением новой лицензии, соответствующей виду деятельности присоединяемого юридического лица, так как действие лицензии прекращается со дня внесения в единый государственный реестр юридических лиц записи о

ликвидации юридического лица или прекращении его деятельности в результате реорганизации.

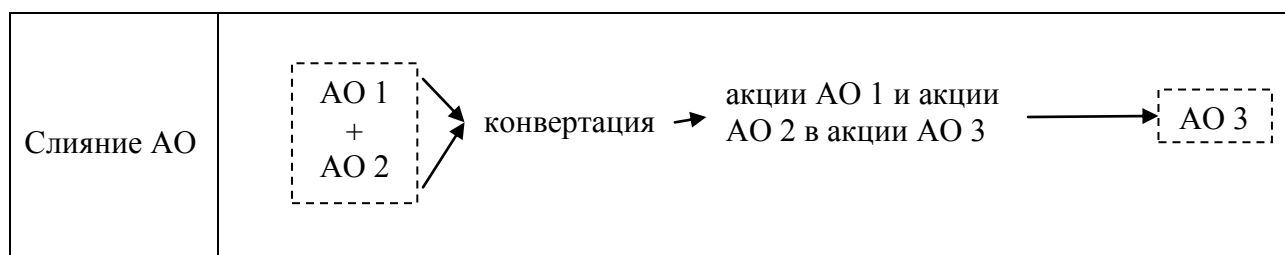


Рис. 1. Размещение акций при реорганизации АО в форме слияния

Таблица 1

Последовательность действий при реорганизации в форме слияния / присоединения (для АО)

№	Основные этапы процедуры
1	Заклучение договора о слиянии / присоединении
2*	Согласование в ФАС РФ реорганизации в форме слияния / присоединения
3	Проведение общих собраний акционеров каждого общества по вопросу реорганизации в форме слияния (утверждение договора о слиянии, передаточного акта АО, участвующего в слиянии, устава АО, создаваемого путем реорганизации в форме слияния, избрание членов совета директоров создаваемого АО) / присоединения (для присоединяющего АО – утверждение договора о присоединении и изменений в устав АО; для присоединяемого АО – утверждение договора о присоединении и передаточного акта)
4	Извещение Федеральной налоговой службы РФ (ФНС РФ) о начале процедуры реорганизации в форме слияния / присоединения
5	Уведомление кредиторов о реорганизации в форме слияния/ присоединения
6	Размещение информации в средствах массовой информации (СМИ) о реорганизации в форме слияния / присоединения
7	Оценка рыночной стоимости акций реорганизуемых обществ
8	Выкуп у акционеров акций в связи с выходом из числа акционеров
9	Государственная регистрация вновь образуемого юридического лица в форме слияния / государственная регистрация прекращения деятельности присоединяемого общества
10*	Согласование в ФАС РФ реорганизации в форме слияния / присоединения
11	Конвертация акций АО, реорганизуемых в форме слияния, в акции вновь образуемого АО / Конвертация акций присоединяемого АО в акции присоединяющего АО
12	Уведомление Федеральной службы по финансовым рынкам РФ (ФСФР РФ) о реорганизации АО и погашении акций реорганизуемых АО (при слиянии) / присоединяемого АО (при присоединении)
13	Государственная регистрация выпуска ценных бумаг и отчета об итогах выпуска ценных бумаг
14	Раскрытие информации о проспекте ценных бумаг
15	Государственная регистрация изменений в устав АО (в случае присоединения)
16	Обращение в лицензирующий орган за оформлением новой лицензии, соответствующей виду деятельности присоединяемого юридического лица

* В случаях, предусмотренных ФЗ «О защите конкуренции», возможно как предварительное, так и последующее согласование реорганизации в ФАС РФ.

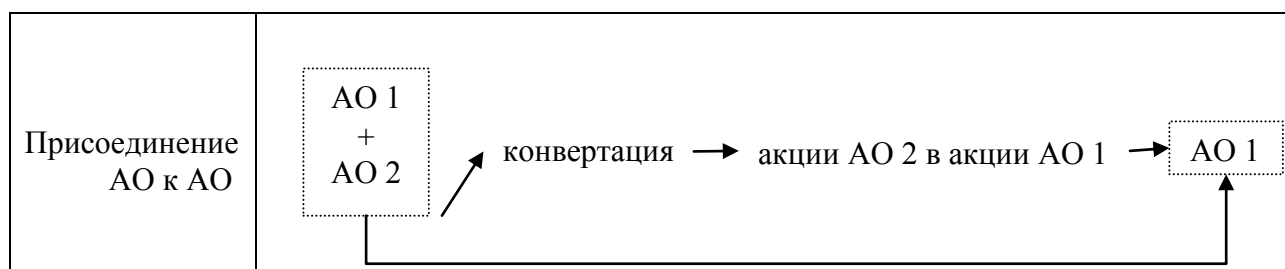


Рис. 2. Размещение акций при реорганизации АО в форме присоединения

Процедура слияния / присоединения обществ с ограниченной ответственностью (табл. 2) более проста по сравнению с процедурой слияния / присоединения АО, так как не нужно учитывать особенности обращения ценных бумаг. Процедура слияния / присоединения ООО предусматривает проведение общих собраний участников каждого общества по вопросу реорганизации, а затем проведения совместного собрания для выборов исполнительных органов общества.

Таблица 2

Последовательность действий при реорганизации в форме слияния / присоединения (для обществ с ограниченной ответственностью (ООО))

Основные этапы процедуры	
	Заключение договора о слиянии/присоединении
*	Согласование в ФАС РФ реорганизации в форме слияния / присоединения
	Проведение общих собраний участников каждого общества по вопросу реорганизации в форме слияния/присоединения. При слиянии: утверждение договора о слиянии и устава общества, создаваемого путем реорганизации в форме слияния, передаточного акта. При присоединении: для присоединяющего общества – утверждение договора о присоединении; для присоединяемого общества – утверждение договора о присоединении и передаточного акта.
	Проведение совместного общего собрания участников обществ, участвующих в слиянии/присоединении: выборы исполнительных органов общества
	Извещение ФНС РФ о начале процедуры реорганизации в форме слияния/присоединения
	Уведомление кредиторов о реорганизации в форме слияния/ присоединения
	Размещение информации в СМИ о реорганизации в форме слияния/ присоединения
	Государственная регистрация вновь образуемого юридического лица в форме слияния/ Государственная регистрация прекращения деятельности присоединяемого общества
*	Согласование в ФАС РФ реорганизации в форме слияния/присоединения
0	Обращение в лицензирующий орган за оформлением новой лицензии, соответствующей виду деятельности присоединяемого юр. лица

*в случаях, предусмотренных ФЗ «О защите конкуренции», возможно как предварительное, так и последующее согласование реорганизации в ФАС РФ

При реорганизации в форме слияния ООО, участвующие в слиянии, заключают договор о слиянии, в котором определяются порядок и условия слияния, порядок обмена долей в уставном капитале каждого общества на доли в уставном капитале нового общества (рис. 3). При слиянии обществ доли в уставных капиталах обществ, принадлежащие другим участвующим в слиянии обществам, погашаются.

Процедура слияния / присоединения унитарных предприятий и учреждений (табл. 3) состоит из наименьшего количества действий, что обусловлено реорганизацией юридических лиц в рамках одной формы собственности. Собственник принимает решение о реорганизации организации в форме слияния / присоединения, вносит изменения в устав, составляет передаточный акт и назначает руководителя организации. Извещаются кредиторы (процедура такая же, как и при реорганизации АО и ООО). Осуществляется государственная регистрация вновь образуемого юридического лица или прекращения деятельности присоединяемого юридического лица.

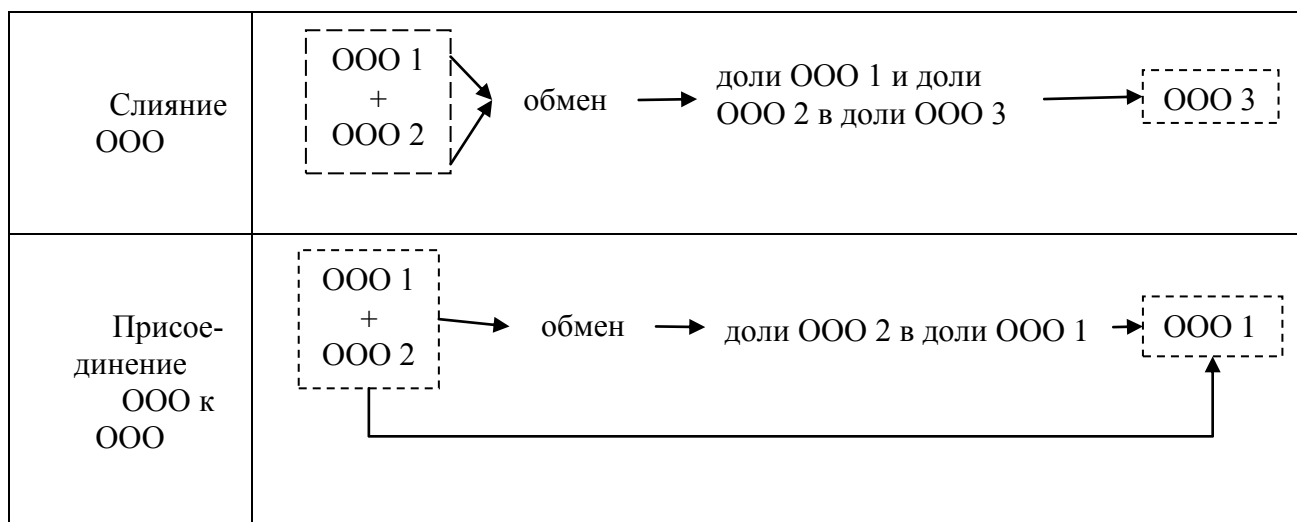


Рис. 3. Размещение долей в уставном капитале при реорганизации
ООО в форме слияния/присоединения

Таблица 3

Последовательность действий при реорганизации в форме слияния
/ присоединения (для государственных (муниципальных)
унитарных предприятий, учреждений)

№	Основные этапы процедуры
1	Решение собственника о реорганизации в форме слияния/присоединения (утверждение изменений в устав, передаточного акта и назначение руководителя)
2*	Согласование в ФАС РФ реорганизации в форме слияния/присоединения (кроме реорганизации учреждений)
3	Извещение ФНС РФ о начале процедуры реорганизации в форме слияния/ присоединения
4	Уведомление кредиторов о реорганизации в форме слияния/присоединения
5	Размещение информации в СМИ о реорганизации в форме слияния/присоединения
6	Государственная регистрация вновь образуемого юридического лица в форме слияния или регистрация прекращения деятельности присоединяемого юридического лица
7*	Согласование в ФАС РФ реорганизации в форме слияния/присоединения (кроме реорганизации учреждений)

*в случаях, предусмотренных ФЗ «О защите конкуренции», возможно как предварительное, так и последующее согласование реорганизации в ФАС РФ

Государственный контроль за экономической концентрацией в РФ предполагает необходимость согласования реорганизации коммерческих организаций в ФАС РФ.

В соответствии со ст. 27 ФЗ «О защите конкуренции» слияние / присоединение коммерческих организаций осуществляется с предварительного согласия ФАС РФ в случае, если суммарная стоимость активов организаций, подвергающихся реорганизации, превышает 3 млрд. руб. или суммарная выручка таких организаций от реализации товаров за календарный год, предшествующий году реорганизации, превышает 6 млрд. руб. либо если одна из таких организаций включена в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенных товаров более 35% или занимающих доминирующее положение. Требование о предварительном согласии ФАС РФ не применяется, если реорганизация осуществляется лицами, входящими в соответствии с п. 1 ч. 1 ст. 9 ФЗ «О защите конку-

ренции» в одну группу¹. ФАС РФ может дать разрешение на осуществление реорганизации и отказать, если реорганизация приведет или может привести к ограничению конкуренции.

В случае, если суммарная стоимость активов или суммарная выручка от реализации товаров за календарный год, предшествующий реорганизации коммерческих организаций, превышает 400 млн. руб., то антимонопольный орган должен быть уведомлен о реорганизации не позднее чем через 45 дней после даты реорганизации. В случае, если реорганизация привела к ограничению конкуренции, в том числе в результате возникновения или усиления доминирующего положения хозяйствующего субъекта, ФАС РФ выдает обязательное к исполнению предписание о совершении хозяйствующим субъектом действий, направленных на обеспечение конкуренции.

При слиянии или присоединении организаций происходит изменение в составе юридических лиц, принимающих участие в сделке. Под поглощением понимается покупка крупного пакета акций (долей) поглощаемой организации с целью оказания существенного влияния на решения, принимаемые органами управления поглощаемой организации, при этом поглощаемая организация продолжает существовать.

Процедурные особенности поглощения организаций регулируются: ФЗ «Об АО»; ФЗ «Об ООО»; ФЗ «О защите конкуренции»; ФЗ «О рынке ценных бумаг».

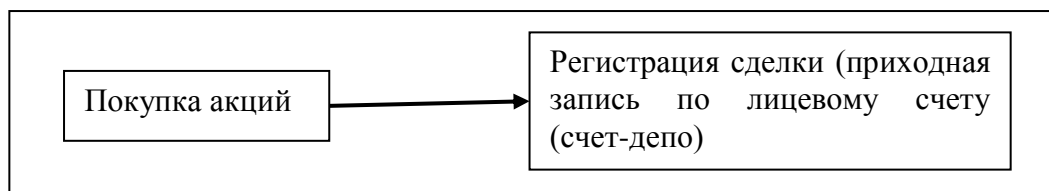


Рис. 4. Общая схема приобретения акций АО

В случае приобретения акций АО покупатель акций (юридическое лицо) обязан зарегистрировать сделку в реестре акционеров общества (рис. 4). Право собственности на акции наступает с момента внесения соответствующей приходной записи по лицевому счету (счету-депо).

В случае приобретения крупного пакета акций АО процедура покупки (рис. 5) осложнена необходимостью предварительного согласования в федеральном органе исполнительной власти по рынку ценных бумаг (ФСФР РФ) и федеральном антимонопольном органе (ФАС РФ), а также необходимостью направления предложения о выкупе акций у акционеров.

В случае, если лицо имеет намерение приобрести более 30% общего количества обыкновенных акций и привилегированных акций ОАО, с учетом акций, принадлежащих этому лицу и его аффилированным лицам, то в соответствии со

¹ Группой лиц признается совокупность физических и (или) юридических лиц, если физические или юридическое лицо имеет в силу своего участия в хозяйственном обществе либо в соответствии с полномочиями, полученными от других лиц, более чем 50% общего числа голосов, приходящихся на голосующие акции (доли) в уставном (складочном) капитале этого хозяйственного общества.

ст. 84.1 ФЗ «Об АО» оно вправе направить в ОАО публичную оферту, адресованную акционерам-владельцам акций, о приобретении принадлежащих им акций ОАО (добровольное предложение).

В случае приобретения лицом более 30% общего количества акций ОАО с учетом акций, принадлежащих этому лицу и его аффилированным лицам, оно обязано направить акционерам-владельцам остальных акций соответствующих категорий (типов) и владельцам эмиссионных ценных бумаг, конвертируемых в такие акции, публичную оферту о приобретении у них таких ценных бумаг (обязательное предложение) (ст. 84.2 ФЗ «Об АО»). Аналогичные правила распространяются на приобретение доли акций ОАО, превышающей 50 и 75% общего количества таких акций ОАО. Направление добровольного или обязательного предложения владельцам ценных бумаг, которым оно адресовано, осуществляется через ОАО.

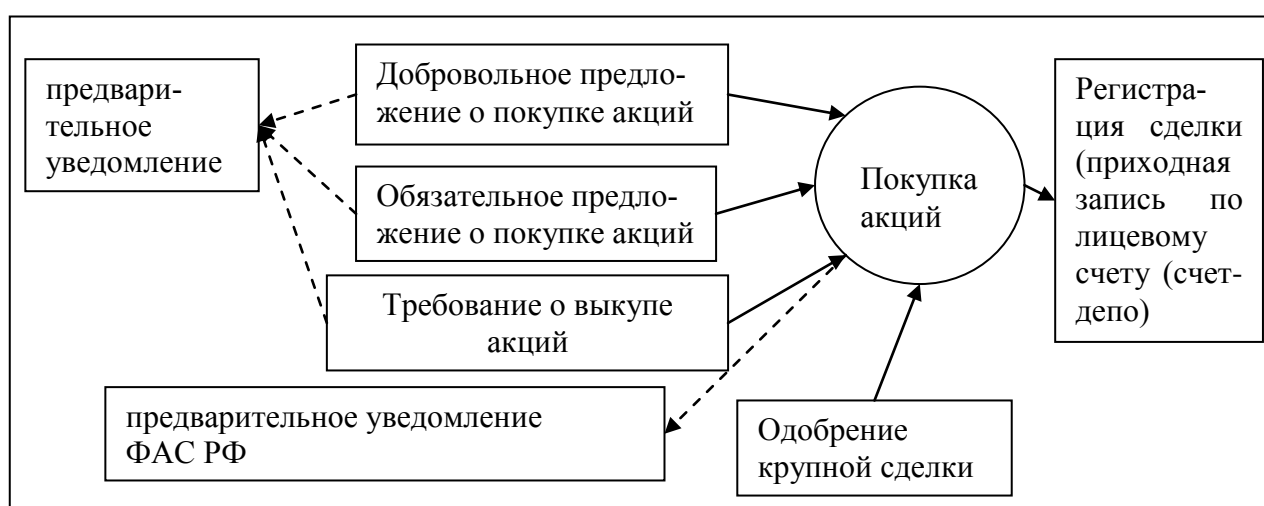


Рис. 5. Схема приобретения крупного пакета акций АО

Лицо, которое в результате добровольного предложения о приобретении всех ценных бумаг ОАО или обязательного предложения стало владельцем более 95% общего количества акций ОАО с учетом акций, принадлежащих этому лицу и его аффилированным лицам, обязано выкупить принадлежащие иным лицам остальные акции ОАО, а также эмиссионные ценные бумаги, конвертируемые в такие акции ОАО, по требованию их владельцев (ст. 84.7 ФЗ «Об АО»). Такое лицо обязано через АО направить владельцам ценных бумаг, имеющим право требовать выкупа ценных бумаг, уведомление о наличии у них такого права. В случае неисполнения обязанности направить уведомление о праве требовать выкупа ценных бумаг владелец ценных бумаг, подлежащих выкупу, вправе предъявить требование о выкупе принадлежащих ему ценных бумаг.

Правило о выкупе акций у миноритарных акционеров предусмотрено в целях защиты прав миноритарных акционеров как слабой стороны в корпоративных отношениях.

В соответствии со ст. 84.9 ФЗ «Об АО» предварительное уведомление направляется в ФСФР РФ в случае направления:

- добровольного или обязательного предложения о выкупе акций;
- уведомления о праве требовать выкупа ценных бумаг;
- требования о выкупе ценных бумаг.

С предварительного согласия ФАС РФ осуществляются сделки с акциями (долями) коммерческих организаций (табл. 4), если суммарная стоимость активов лица, приобретающего акции (доли), права и (или) имущество, и его группы лиц и лица, акции (доли) и (или) имущество которого и (или) права в отношении которого приобретаются, и его группы лиц превышает 7 млрд. руб. или если их суммарная выручка от реализации товаров за последний календарный год превышает 10 млрд. руб. и при этом суммарная стоимость активов по последнему балансу лица, акции (доли) и (или) имущество которого и (или) права в отношении которого приобретаются, и его группы лиц превышает 250 млрд. руб. либо если одно из указанных лиц включено в реестр.

Ст. 78, ст. 79 ФЗ «Об АО» предусмотрено одобрение крупных сделок, совершаемых АО. Крупной сделкой считается сделка / несколько взаимосвязанных сделок, связанных с приобретением, отчуждением или возможностью отчуждения АО имущества, стоимость которого составляет 25% и более балансовой стоимости активов общества за исключением сделок, совершаемых в процессе обычной хозяйственной деятельности АО, сделок, связанных с размещением посредством подписки обыкновенных акций АО, и сделок, связанных с размещением эмиссионных ценных бумаг, конвертируемых в обыкновенные акции АО. Сделка одобряется либо советом директоров АО (если стоимость имущества составляет от 25 до 50% балансовой стоимости активов АО), или общим собранием акционеров (если стоимость имущества составляет более 50% балансовой стоимости активов АО).

Переход доли в уставном капитале ООО регламентируется ст. 21 ФЗ «Об ООО». Участник ООО вправе продать свою долю (часть доли) в уставном капитале ООО как участникам ООО, так и третьим лицам. Участники ООО пользуются преимущественным правом покупки по цене предложения третьему лицу. Участник ООО, намеренный продать свою долю в уставном капитале ООО третьему лицу, обязан известить в письменной форме об этом остальных участников ООО и само ООО.

Сделка, направленная на отчуждение доли (части доли) в уставном капитале ООО, подлежит нотариальному удостоверению. Доля (часть доли) в уставном капитале ООО переходит к ее приобретателю с момента нотариального удостоверения сделки, направленной на отчуждение доли (части доли) в уставном капитале ООО (рис. 6).

Крупной сделкой является сделка / несколько взаимосвязанных сделок, связанных с приобретением, отчуждением или возможностью отчуждения ООО прямо либо косвенно имущества, стоимость которого составляет 25% и более стоимости имущества ООО, определенной на основании данных бухгалтерской отчетности за последний отчетный период, предшествующий дню принятия решения о совершении таких сделок. Уставом ООО может быть предусмотрен более высокий размер крупной сделки. Решение об одобрении крупной сделки принимается общим собранием участников ООО.

Таблица 4

Сделки с акциями долями коммерческих организаций, осуществляемые с предварительного согласия ФАС РФ

Сделка	Условия сделки	
	лицо получает	лицо ранее имело
Приобретение голосующих акций АО	Более 25% голосующих акций	Менее 25% голосующих акций
Приобретение долей в уставном капитале ООО	Более 1/3 долей в уставном капитале	менее 1/3 долей в уставном капитале
Приобретение долей в уставном капитале ООО	Более 1/2 долей в уставном капитале	Не менее 1/3 и не более 1/2 долей в уставном капитале
Приобретение голосующих акций АО	Более 50% голосующих акций	Не менее 25% и не более 50% голосующих акций
Приобретение долей в уставном капитале ООО	Более 2/3 долей в уставном капитале	Не менее 1/2 и не более 2/3 долей в уставном капитале
Приобретение голосующих акций АО	Более 75% голосующих акций	Не менее 50% и не более 75% голосующих акций
Получение в собственность / пользование, владение / основных производственных средств и нематериальных активов	балансовая стоимость имущества, составляющего предмет сделки / взаимосвязанных сделок, превышает 25% балансовой стоимости основных производственных средств и нематериальных активов субъекта, осуществляющего отчуждение или передачу имущества	
Приобретение в результате одной или нескольких сделок прав, позволяющих определять условия осуществления хозяйствующим субъектом предпринимательской деятельности или осуществлять функции его исполнительного органа.		

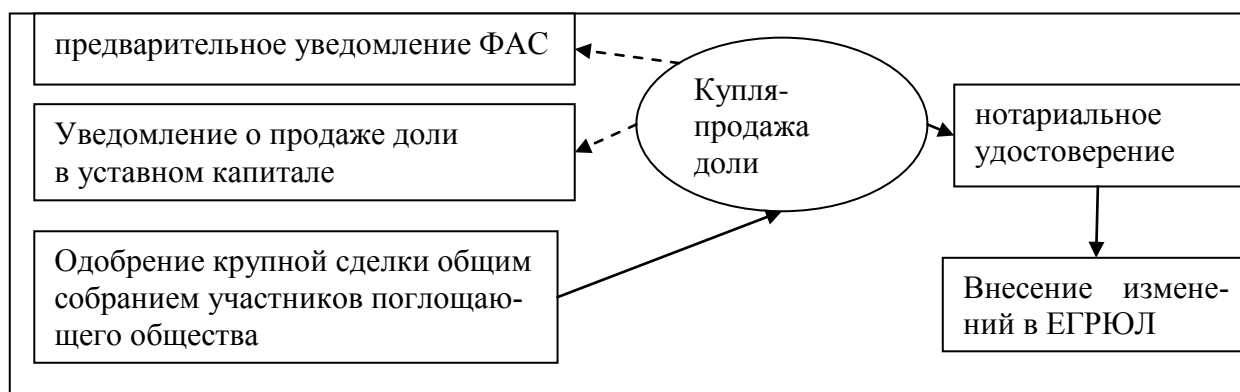


Рис. 6. Схема приобретения доли в уставном капитале ООО

Действующим законодательством предусмотрены ряд процедурных особенностей слияния / присоединения и поглощения кредитных организаций. Кроме процедуры согласования реорганизации в ФАС РФ и ФСФР РФ необходимо уведомить Центральный банк РФ (ЦБ РФ) или получить разрешение ЦБ РФ на приобретение акций (долей в уставном капитале). При приобретении свыше 1% акций (долей) кредитной организации требуется уведомление ЦБ РФ, более 20% – предварительное согласие ЦБ РФ (ст. 61 ФЗ «О ЦБ РФ», ст. 11

ФЗ «О банках и банковской деятельности»). Кроме того, при реорганизации кредитной организации в форме слияния, присоединения и преобразования (ст. 23.5 ФЗ «О банках и банковской деятельности» предъявляются дополнительные требования к процедуре уведомления кредиторов, к сообщаемым кредиторам сведениям, к раскрытию информации о существенных фактах, затрагивающих финансово-хозяйственную деятельность кредитной организации.

В целях поддержания стабильности банковской и финансовой системы РФ постановлениями Правительства РФ от 30 мая 2007 г. №334 и от 30 мая 2007 г. №335 установлены требования к величине активов финансовых организаций (лизинговые компании, негосударственные пенсионные фонды, фондовые и валютные биржи, общества взаимного страхования, кредитные потребительские кооперативы, страховые организации, ломбарды и др.), кредитных организаций в целях осуществления антимонопольного контроля.

При осуществлении программы интеграции организаций в форме слияния/присоединения или поглощения необходимо учитывать требования корпоративного и антимонопольного законодательства, а также особенности правового регулирования деятельности организаций, обусловленные их отраслевой принадлежностью.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс РФ [Текст] : часть первая от 30 нояб. 1994 г. №51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1994. – №32. – Ст. 3301.

2. О банках и банковской деятельности [Текст] : федер. закон от 2 дек. 1990 г. №3995-1 // Собрание законодательства РФ. – 1996. – №6. – Ст. 492.

3. О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей [Текст] : федер. закон от 8 авг. 2001 г. №129-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2001. – №33; ч. 1. – Ст. 3431.

4. О государственных и муниципальных унитарных предприятиях [Текст] : федер. закон от 14 нояб. 2002 г. №161-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2002. – №48. – Ст. 4746.

5. О защите конкуренции [Текст] : федер. закон от 26 июля 2006 г. №135-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2006. – №31; ч. 1. – Ст. 3434.

6. О производственных кооперативах [Текст] : федер. закон от 8 мая 1996 г. №41-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1996. – №20. – Ст. 2321.

7. О рынке ценных бумаг [текст] : федер. закон от 22 апр. 1996 г. №39-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1996. – №17. – Ст. 1918.

8. О Центральном банке РФ (Банке России) [Текст] : федер. закон от 10 июля 2002 г. №86-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2002. – №28. – Ст. 2790.

9. Об акционерных обществах [Текст] : федер. закон от 26 дек. 1995 г. №208-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1996. – №1. – Ст. 1.

10. Об обществах с ограниченной ответственностью [Текст] : федер. закон от 8 февр. 1998 г. №14-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1998. – №7. – Ст. 785.

11. Об установлении величин активов кредитных организаций в целях осуществления антимонопольного контроля [Текст] : постановление Правительства РФ от 30 мая 2007 г. №335 // Собрание законодательства РФ. – 2007. – №23. – Ст. 2800.

12. Об установлении величин активов финансовых организаций (за исключением кредитных организаций) в целях осуществления антимонопольного контроля [Текст] : постановление Правительства РФ от 30 мая 2007 г. №334 // Собрание законодательства РФ. – 2007. – №23. – Ст. 2799.

13. Об утверждении «Стандартов эмиссии ценных бумаг и регистрации проспектов ценных бумаг» [Текст] : приказ Федер. службы по финансовым рынкам РФ от 25 янв. 2007 г. №07-4/пз-р // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. – 2007. – №25.

УДК 331.101.35

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ДИАГНОСТИКИ РИСКА ПОТЕРИ КЛЮЧЕВЫХ СОТРУДНИКОВ

А.А. Борисова, А.С. Аверин

Новосибирский государственный технический университет

Выделены и описаны виды рисков, которые несет предприятие вследствие ухода из организации ключевых сотрудников. Приведен обзор теоретических взглядов на диагностику ключевых сотрудников предприятия. Рассмотрен методический подход по определению меры удовлетворенности сотрудников трудовой деятельностью в рамках предприятия.

Затянувшийся экономический кризис отечественной экономики обострил проблему удержания ключевых сотрудников предприятия. Не все предприятия, проходя волны кризиса, смогли сохранить специалистов своего дела. Поэтому трудоизбыточная конъюнктура рынка труда создает возможность широкого выбора профессионалов. Что провоцирует уход специалистов с предприятия? Как быстро и с какими усилиями, затратами они находят работу? Есть ли потребность у предприятий вкладывать средства в мероприятия по удержанию ключевых сотрудников? Какие действия системы управления могут повлиять на желание сотрудника перетерпеть «тяготы и лишения» (снижение материального и социального обеспечения, изменившийся уровень и сложность решаемых задач, отсутствие перспектив профессионального и карьерного роста), возникшие во время кризиса? Как определить продолжительность порога терпимости сотрудника? Поискам ответов на обозначенные вопросы посвящена настоящая статья.

Уход ключевых сотрудников с предприятия сопряжен со снижением стабильности функционирования предприятия, несет угрозу безопасности деятельности, вносит существенные помехи в социально-психологический климат организации и провоцирует вымывание профессионального потенциала предприятия. Таким образом, можно выделить три основных вида рисков, связанных с уходом ключевых сотрудников:

- 1) информационный;
- 2) профессиональный;

3) социально-психологический.

Результирующей составляющей проявления риска в конкретных ситуациях является риск стабильности функционирования предприятия на рынке.

Профессионал, специалист своего дела, как правило, редко меняет отрасль приложения своего труда. В отрасли функционирует ограниченное число предприятий, по сути, являющихся конкурентами по отношению друг к другу. Поэтому переход сотрудника из компании в компанию сопровождается «выносом» информации о способах работы, применяемых технологиях, клиентской базе, финансовом положении и прочих аспектах функционирования предприятия. Не секрет, что сегодня на рынке труда участились случаи промышленного шпионажа при содействии наемных сотрудников по следующей технологии: предприятие – конкурент способствует трудоустройству сотрудника в другую организацию, основной задачей наемного сотрудника («засланного казачка») является сбор необходимой информации, выполнение поручений, направленных на демотивацию сотрудников и осуществление мероприятий, препятствующих нормальному функционированию предприятия.

Подготовка специалиста до уровня ключевого сотрудника требует значительных временных затрат и финансовых вложений: стимулирование, обучение, стажировки и прочие мероприятия. Невозможно стать профессионалом своего дела вне рамок приложения своих знаний, умений, навыков, т.е. вне предприятия. Становление профессионала осуществляется последовательно, и те организации, в которых проходит рост и становление профессионала, являются стартовой площадкой по возвращению молодых специалистов до уровня профессионала своего дела. Сложно вырастить профессионала, как в организационном плане, так и по затрачиваемому ресурсному обеспечению становления профессионала. В отечественной практике хозяйствования не принято считать вложенных средств и усилий в подготовку специалистов, впрочем, как и не принято считать реальную или возможную отдачу вложенных в эти мероприятия средств. Поэтому не всегда система управления предприятием предпринимает меры по ранней диагностике намерений ключевых сотрудников покинуть организацию и удержанию его в рамках предприятия. Часто с легкостью отпускают ключевых сотрудников, не принимая значительных усилий по их закреплению и не рассчитывая экономический ущерб от их ухода из организации.

Социально-психологический риск проявляется в том, что уход ключевого сотрудника может быть связан с последующим увольнением его команды. Замена ключевого сотрудника вносит существенные помехи в социально-психологический климат трудового коллектива: сотрудники вынуждены подстраиваться под новые правила и принципы работы с новым руководителем.

Кто является ключевым сотрудником? В последние годы усилился интерес к анализу меры влияния различных должностей на функционирование предприятия. По оценкам А.М. Брячихина [1, с. 62], на каждом предприятии можно выделить «профессиональное ядро» (приблизительно 30% от общей численности), от которого в большей мере зависит успешность работы предприятия на рынке.

Термин «ключевые должности» вошел в словарь по управлению персоналом [2, с. 131]. Ю.Г. Одегов, П.В. Журавлев подчеркивают, что ключевые для предприятия должности находятся на всех иерархических уровнях [3, с. 659]. Различия между должностями по их роли влияют на стабильность функционирования предприятия стали предметом анализа в разных аспектах в работах многих авторов. В доступных публикациях удалось выделить основания, по которым должности относятся к ключевым:

- а) создание высокой ценности предприятия (С.В. Шекшня);
- б) оказание решающего влияния на функционирование и развитие предприятия (Ю.Г. Одегов, П.В. Журавлев);
- в) влияние на успешность работы предприятия на рынке (А.М. Брячихин);
- г) ответственность за формирование наибольшей доли итоговой потребительской стоимости, востребованной обществом (В.С. Ефремов, И.А. Ханьков);
- д) мера участия в формировании прибыли предприятия (О.В. Терещенко);
- е) уровень решаемых проблем (сложность, ответственность) (Т. Паттерсон, Т.Г. Озерникова);
- ж) сложность работ (в зависимости от меры ответственности и автономности работы, требований к образованию и опыту) (С.К. Мордовин);
- з) уровень сложности работ (содержание работы, квалификационные требования, объем заданий, сложность и ответственность работ) (Дж.Л. Гибсон, Д.М. Иванцевич, Д.Х. Донелли).

Анализ показал, большинство авторов предлагают считать должности ключевыми в зависимости от того, какой положительный эффект приносят они в деятельность предприятия. Значимость влияния должностей, включенных в производственный процесс, на его протекание в заданных параметрах неоднозначна. На каждой стадии производственного процесса можно выделить должности, которые составляют ядро данной стадии. Должности и мера профессионализма специалиста, выполняющего обязанности по ней, имеют разную меру воздействия на протекание производственного процесса без сбоев. Можно провести градацию в должностном ряду, обеспечивающем производственный процесс в зависимости от меры влияния на надежность протекания производственного процесса. Для этого необходимо решить задачи:

- 1) Собрать фактические данные о производственном процессе предприятия.
- 2) Определить и зафиксировать типичные для данной технологии простои и выявить наносимый предприятию ущерб от них.
- 3) Выявить профессиональное ядро в профессионально – квалификационной структуре предприятия на каждой стадии производственного процесса. Необходимо заметить, что признаки значимости должностей индивидуальны для предприятий. Анализ функционального содержания деятельности по должности сопряжен с рядом трудностей, в том числе и с тем, что должности с одинаковым названием на разных предприятиях могут предполагать различный набор должностных функций, обязанностей, различную меру самостоятельности, сложности и ответственности. Эти признаки могут различаться ввиду объек-

тивных причин (размер предприятия, структура, сложность выпускаемой продукции т.д.).

Ключевые должности – те, от которых в большей мере зависит протекание производственного процесса в заданных параметрах. Полагаем, что такие должности, в силу их значимости, характеризуются индивидуализированной концептуальной основой деятельности и высоким уровнем личного мастерства специалистов, позволяющим предотвратить нарушения в бесперебойном протекании производственного процесса, сократить потери. Выделение таких должностей может основываться на зависимости безопасности стабильности предприятия от соответствия специалиста должности (по сути, необходимо определить диапазон возможных изменений, вносимых специалистом). Проиллюстрируем обозначенный подход на примере. Реально сложившийся кадровый ресурс предприятия обуславливает реализацию тактических целей. Используем цель действия – протекание производственного процесса в заданных, заранее определенных параметрах. Нарушения проявляются в: а) напряженности, б) сбоях. Следствиями этого являются: высокая сменяемость специалистов на определенных должностях, зависящая от повышенных требований к психофизиологическим свойствам специалистов; приобретении профессиональных заболеваний; сложности привлечения специалистов и т.д.

По оценкам М.И. Магуры, «люди на современных предприятиях работают лишь на 30-40% своих реальных возможностей» [4, с. 65]. Последствия такой низкой востребованности потенциальных возможностей сотрудников предприятия могут проявляться в снижении уверенности в завтрашнем дне, ухудшении социально – психологического климата в коллективе, ослаблении чувства приверженности предприятию и, как результат – низкая трудовая отдача. М. Армстронг отмечает, что «одной из основных целей управления предприятием является создание условий, при которых будет реализован потенциал работников и обеспечена их приверженность делу. Этот потенциал, как правило, включает не просто способность приобретать новые знания, умения, навыки, но также и накопленные и нереализованные идеи, возможности и т.д.» [5, с. 276].

Определение риска ухода ключевых сотрудников из организации необходимо рассматривать через анализ соотношения «профессиональная пригодность» – «удовлетворенность трудом в данной организации».

Профессиональная пригодность возможностей сотрудника требованиям должности определяется через меру соответствия профессиональных знаний, умений, навыков соискателя, требованиям должности и организации. Учет организационных требований диктуется значительным влиянием особенностей организационной культуры на закрепление специалиста в организации. Удовлетворенность трудом – это состояние сбалансированности требований (запросов), предъявляемых работником к содержанию, характеру и условиям труда, и субъективной оценки возможностей реализации этих запросов в рамках данной организации. Это оценочное отношение человека или группы людей к собственной трудовой деятельности, различным её аспектам, важнейший показатель адаптации работника на данном предприятии.

Удовлетворенность работой – эмоциональная реакция работника на рабочую ситуацию; то, что удерживает работника в организации. Анализ многочисленных исследований социально-психологического феномена удовлетворенности работника трудом на предприятии позволяет выделить в нем два аспекта: общую удовлетворенность и частичную удовлетворенность. Общая удовлетворенность – это удовлетворенность работой в данной организации в целом. Довольно часто встречается ситуация, при которой работник удовлетворен своей работой вообще, но определенные ее стороны (например, сложности с городским транспортом) его не устраивают. Таких аспектов может быть много или мало. Если человек продолжает работать, не думая об уходе, то, значит, положительные аспекты работы, удовлетворяющие его, преобладают над отрицательными. Частичная удовлетворенность – это удовлетворенность отдельными аспектами работы в организации.

Удовлетворенность работой тесно связана с лояльностью персонала, преданностью работников своей организации, их желанием прилагать максимум усилий в ее интересах, разделять ее ценности и цели. Система требований (мотивов выбора работы и организации) различна у всех сотрудников и трансформируется во времени. Для одних специалистов в один временной период важна возможность приобретения профессионального опыта, для него же, но через три года, важным мотивом при выборе места работы может являться мотив «близость к дому». Мотивами, удерживающими сотрудника в организации, могут выступать: а) высокая заработная плата; б) стабильность выплаты заработной платы; в) возможности карьерного и (или) профессионального роста; г) сплоченный трудовой коллектив; д) возможность реализовывать партнерские взаимоотношения.

Профессиональная пригодность и удовлетворенность являются взаимозависимыми понятиями и оценочными характеристиками. Если сотрудник не испытывает высокой меры удовлетворенности от выполняемой работы, то сложно говорить о его максимальной профессиональной пригодности. На формирование профессиональной пригодности и удовлетворенности сотрудника организации влияет большой набор значимых факторов. Оценка их влияния и учет играет решающую роль в диагностике профессиональной пригодности возможностей сотрудника требованиям должности. Влияние факторов различается по мере значимости, чтобы показать влияние меры факторов, можно использовать диаграмму типа «концентрическая мишень». В центре располагается группа факторов, оказывающих самое значимое, решающее влияние на формирование профессиональной пригодности и удовлетворенности сотрудника. Эта группа факторов может носить название «индивидуальные характеристики» и включать: мотивы выбора профессий, склонности, интересы, желания. По сути, эти факторы отражают личностные особенности и показывают ответы на вопросы «Кто Я?» «Чем мне хочется заниматься?». Проявление влияния этой группы факторов в большей мере заметно на этапе выбора профессии.

Во втором круге концентрической мишени группируются факторы, отражающие содержание и характер работы. «Что мне приходится делать?» По мере освоения профессии, приобретения навыков выполнения работ, происходит

утрата иллюзий: представление о содержании профессиональной деятельности на этапе выбора и ее освоения различно. Кроме этого содержание труда и характер выполняемой деятельности существенно различается от одной организации к другой.

Поэтому важно рассматривать влияние третьей группы факторов, отражающих сложившиеся на предприятии практики управления персоналом: процедуры оценки, формирования кадрового резерва, разработка системы оплаты труда, продвижения. Эта группа факторов призвана ответить на вопрос: «В каких условиях мне приходится выполнять работу, осуществлять трудовую деятельность?»

Люди приходят на предприятия, имея определенные ожидания в отношении от своей работы и предприятия в целом. Если эти ожидания оправдываются, то работники испытывают большую удовлетворенность, значительную заинтересованность, привержены предприятию и дольше работают в организации. Следовательно, организации становится выгодно вкладывать средства в его дальнейшую профессиональную подготовку.

Эти положения доказывают, что при формировании стратегии удержания ключевых сотрудников необходимо учитывать два ключевых параметра этого взаимодействия: организация – человек: профессиональная пригодность – удовлетворенность. Если созданные условия в организации не позволяют реализовывать преобладающую систему ценностей специалиста, то рано или поздно он примет решение об уходе из организации. Есть различного рода основания для увольнения сотрудников: по собственному желанию, в связи с переводом, окончание действия трудового договора, прогул без уважительных причин, за появление на работе в нетрезвом состоянии, по сокращению численности др. При анализе основания для увольнения «собственное желание» необходимо выявлять мотивационную структуру ухода сотрудника из организации. Она может складываться из различных причин, которые в свою очередь требуют различные мероприятия для устранения последствий. В качестве основных причин можно назвать следующие:

- а) неудовлетворенность уровнем оплаты труда;
- б) тяжелые и опасные условия труда;
- г) неприемлемый режим работы;
- д) отсутствие перспектив карьерного роста;
- е) низкие возможности для профессионального роста;
- ж) не сложившиеся отношения с коллегами и руководством;
- з) неудобное месторасположение организации.

Выявить возможные причины увольнения работника по «собственному желанию» помогают заключительное интервью с увольняющимся и оценка потенциальной текучести. Для этого кадровая служба проводит анкетные опросы, направленные на выявление меры удовлетворенности работой в организации и прогнозировании на основе полученной информации вероятности ухода специалиста. Изучая удовлетворенность работников, можно анализировать силу привязанности персонала к предприятию. Если ценный сотрудник балансирует на грани неудовлетворенности и готов в любой момент уволиться – это может

быть опасно и следует изменить ситуацию. А если плохой сотрудник полностью удовлетворен работой и не собирается увольняться – это также недоработка службы управления персоналом. Данные об удовлетворенности персонала – это информация о кадровых рисках, а также основа для разработки мероприятий стимулирования и мотивации, поэтому владение инструментами диагностики меры удовлетворенности персонала организации является важным для менеджера.

Разработка анкет для оценки уровня удовлетворенности работников основными факторами организации труда на предприятии предполагает выявление значимых факторов удовлетворенности. К факторам удовлетворенности трудом в организации можно отнести следующие:

1. Отношение к содержанию выполняемой работы (интересная, нужная, важная престижная работа).

2. Отношения в рабочем коллективе (отдел, группа, подразделение), в котором работают сотрудники (хорошие отношения в коллективе, возможность дружеского общения, принадлежность к известной, успешной, престижной компании).

3. Удовлетворенность условиями работы (рабочее место, оборудование, комфортная обстановка и т.д.).

4. Отношение к организации.

5. Удовлетворенность заработной платой, ее размером и системой вознаграждения, способы получения денежного вознаграждения, оценка трудового вклада.

6. Отношение к управлению (управление рабочим процессом, постановка задач, контроль, делегирование полномочий, совещания, мотивирование сотрудников).

7. Перспективы роста (карьерного, профессионального, личного)-ценность развития и самореализации.

8. Ценность стабильности, защищенности и безопасности, чувство уверенности в будущем в отношении своей занятости и дохода.

9. Ценность свободы, независимости, самодостаточности (гибкое рабочее время).

Вопросы анкеты должны позволить выявить основные точки напряженности в отношениях работник - работодатель, в вопросах оценки и оплаты труда, карьерного продвижения и пр. При составлении анкеты необходимо определить перечень наиболее характерных показателей и критериев их оценки. При этом на каждом конкретном предприятии наряду с основными показателями производственной ситуации (содержание труда, заработная плата и др.) возможны специфические факторы мотивации (различные социальные программы и т.д.).

Критериями оценки показателей могут служить следующие качественные характеристики. Каждому качественному критерию оценки удовлетворенности присваивается соответствующее числовое значение – коэффициент: а) совершенно удовлетворен (+1,0); б) удовлетворен (+0,5); в) затрудняюсь ответить (0); г) не удовлетворен (-0,5); д) совершенно не удовлетворен (-1,0).

Суммарный показатель удовлетворенности – индекс удовлетворенности (I_{уд}) по каждому из факторов рассчитывается по формуле:

$$I_{удов.} = \frac{1,0 \times n_1 + 0,5 \times n_2 + (-0,5) \times n_3 + (-1) \times n_4}{n_1 + n_2 + n_3 + n_4}, \quad (1)$$

где n₁, n₂, n₃, n₄ – соответствующее число респондентов (внутри подразделения или профессиональной группы), объединенных по одному из четырех возможных вариантов ответов по шкале удовлетворенности. Ответы респондентов, не сумевших оценить фактор (характеристика по шкале удовлетворенности «затрудняюсь ответить»), не учитываются.

Проводя любые организационные исследования, следует иметь в виду, что любое подобное мероприятие запускает внутри коллектива определенные социодинамические процессы. Сотрудники начинают «энергично ожидать» изменений, новых веяний и пр. Особенно это важно учитывать при работе с коллективами. Обработка заполненных анкет осуществляется в соответствии с ключом (таблица 1).

Таблица 1

Интерпретация числовых значений (I_{удов})

Числовое значение	Интерпретация
От 1,0 до 0,6	Высокий уровень удовлетворенности
От 0,59 до 0,2	Средний уровень удовлетворенности
Менее 0,19	Низкий уровень удовлетворенности

В зависимости от полученного значения индекса удовлетворенности (I_{удов}) можно оценить степень удовлетворенности персонала тем или иным фактором организации труда внутри подразделения или профессиональной группы.

Далее необходимо провести ранжирование факторов по степени удовлетворенности и составить сводную таблицу индекса удовлетворенности и провести распределение групп сотрудников по факторам риска их ухода за рамки предприятия. Предложенный подход к оценке риска ухода ключевых сотрудников позволяет выделять группы сотрудников по критерию «вероятность ухода из организации». Дальнейшее развитие исследований в этой области связано с разработкой методики по оценке экономического ущерба вследствие ухода ключевых сотрудников для предприятия.

Библиографический список

1. Брячихин А.М. Уроки управления людьми для Будущего (Руководитель: открытое и тайное). – М.: ЗАО СП «Контакт РЛ», 2010. – 223 с.
2. Персонал. Словарь понятий и определений / Под ред. П.В. Журавлева, С.А. Карташова, Н.К. Маусова, Ю.Г. Одегова. – М.: Экзамен, 2009. – 512 с.
3. Пасс К., Лоус Б., Пейндоптон Э., Чедвик Л. Большой толковый словарь бизнеса. – М.: Вече АСИ, 2009. – 688 с.

4. Магура М.И. Поиск и отбор персонала. Практическое руководство для руководителей и специалистов кадровых служб. – М.: ЗАО «Бизнес- школа Интел- Синтез», 2007. – 80 с.

5. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 328 с.

ББК 65.290.211

КОНТРОЛЛИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ: ПРАКТИКА РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Е.А. Буркова

Рубцовский индустриальный институт

В последние годы в России все чаще в теории и практике управления используется термин «контроллинг», растет число публикаций, посвященных данному понятию, готовят специалистов в области контроллинга и, наконец, в организационной структуре предприятий создаются специализированные подразделения контроллинга. Для того чтобы лучше понять современное состояние концепции контроллинга в России, оценить его место в системе управления предприятием и перспективы дальнейшего развития, на наш взгляд, необходимо изучить опыт отечественных компаний по внедрению и использованию системы контроллинга.

Интерес к данной концепции начал проявляться в России в самом начале 1990-х гг. в наиболее динамично развивающемся секторе экономики – в банковском секторе. Один из первых российских банков, успешно разработавший и внедривший систему контроллинга, – ОАО КБ «Русский Южный Банк». Возможность реализации постановки управленческого учета – ключевого элемента подсистемы контроллинга – появилась у руководства банка с внедрением автоматизированной банковской системы ИБС «БИСквит» [3]. Данная система позволяет обрабатывать большие объемы статистической информации, включая информацию о деятельности подразделений и отдельных менеджеров, контролировать исполнение плановых заданий и принимать решения, в том числе относящиеся к материальному стимулированию работников.

Единое информационное пространство позволило решить следующие задачи:

- создать единую базу данных;
- сократить расходы на внедрение и сопровождение новых технологий;
- устранить дублирующие функции в структурных подразделениях;
- оперативно и в скоростном режиме проводить обработку данных в целом по банку;
- быстро и качественно продвигать новые банковские продукты по всей системе банка одновременно и др.

На основе управленческого учета в банке готовится различная отчетная информация, используемая органами управления для принятия решений и контроля за деятельностью банка [1, с. 287].

Таким образом, ключевым этапом построения системы контроллинга для ОАО КБ «Русюгбанк» стало создание единого информационного пространства путем внедрения автоматизированной банковской системы. В настоящее время контроллинг для ОАО КБ «Русюгбанк» – один из важнейших элементов системы управления.

В дальнейшем интерес к контроллингу начал проявляться и на отечественных промышленных предприятиях. Практически десять лет система контроллинга эффективно функционирует на крупнейшей российской автомобилестроительной компании ОАО «АВТОВАЗ». Впервые контроллинг был внедрен на предприятии в 2002 г. в департаменте технического развития, где под контроллингом понимают систему управления проектом на основе единого информационного пространства для проектной команды. Эта система выполняет следующие основные функции по направлениям:

- получение необходимых данных из единого информационного центра для всех участников проекта;
- подготовка информации для участников проектной команды, которая дает достаточные исходные данные для быстрого принятия решения;
- оперативное и долговременное планирование работ;
- контроль выполнения планов и решений в реальном режиме времени;
- подготовка предложений для членов команды по изменению организационных методов работ для сокращения сроков и затрат [1, с. 309].

Для реализации вышеназванных задач в компании из работников различных подразделений была создана группа без формирования отдельного структурного подразделения. Данная группа работала непосредственно по проекту и соответственно подчинялась руководителю проекта. Структура проектной команды и группы контроллинга периодически изменяется.

Основные показатели работы по проекту, которые анализирует группа контроллинга следующие:

- соответствие плановых и фактических сроков выполнения определенных этапов работ;
- качество собранного автомобиля;
- себестоимость автомобиля, затраты на проект.

В процессе анализа данные показатели детализируются и углубляются. Важное место в работе группы контроллинга на предприятии занимают электронные базы данных, которые позволяют систематизировать большой объем информации по проекту.

Таким образом, построение контроллинга на АВТОВАЗе не было связано с выделением обособленного структурного подразделения в системе управления компанией. Состав группы контроллинга не был постоянным, работа группы протекала по отдельным направлениям (проектам).

Принципиально иной подход к построению контроллинга был выбран ЗАО «Храпуновский инструментальный завод». ЗАО «ХИЗ» – промышленное предприятие, занимающееся производством гибкой упаковки. Система контроллинга на данном предприятии была организована как подсистема системы управ-

ления. Функции контроллинга реализует аналитическая служба, в состав которой входят 6-8 сотрудников предприятия, специализирующиеся в области маркетинга, стратегического планирования, финансового анализа, управленческого учета, управления запасами, логистики, моделирования бизнес-процессов. Служба контроллинга ЗАО «ХИЗ» реализует:

- подготовку и обоснование принимаемых управленческих решений;
- подготовку предложений по совершенствованию системы управления, производственной и информационной систем;
- координацию работы функциональных подразделений предприятия при решении задач управления.

Система контроллинга на предприятии представлена шестью основными блоками:

- аналитическая служба предприятия;
- подсистема стратегического планирования;
- подсистема финансового планирования;
- подсистема подготовки решений по процессному реинжинирингу;
- подсистема подготовки решений по управлению ресурсами предприятия;
- подсистема подготовки решений по инвестиционному и инновационному развитию [1, с. 274].

Важную роль в эффективной работе службы контроллинга играет организованная на предприятии информационная система, которая включает технические средства, информационно-техническую службу, программно-методическое обеспечение.

В развитых странах Европы, США организация службы контроллинга вполне привычна как для крупных, так и для средних компаний. Представленный выше опыт отечественных предприятий в построении системы контроллинга принадлежит либо крупным предприятиям, либо предприятиям, расположенным в крупных городах.

Однако в последнее время, как уже отмечалось ранее, эффективность управления организацией на принципах контроллинга признается повсеместно, в результате концепция получает распространение и в отдаленных от центра России городах. В связи с этим считаем целесообразным изучить опыт разработки и внедрения системы контроллинга на одном из сравнительно небольших машиностроительных предприятий, расположенном в Алтайском крае, – ЗАО «Рубцовский завод запасных частей».

Необходимость построения контроллинга на предприятии была вызвана рядом причин: относительно слабые горизонтальные связи между подразделениями, что обусловлено линейно-функциональной структурой управления, несистематизированные информационные потоки, дублирование функций управления и т.п. Все это в результате значительно усложняло процесс принятия решений руководством предприятия на основе предоставляемой планово-экономическим отделом и бухгалтерией информации.

Служба финансового контроллинга была организована на предприятии в 2008 г. в рамках обособленного структурного подразделения. Данная служба

непосредственно подчиняется финансовому директору ЗАО «РЗЗ», который и явился инициатором ее создания. В состав службы вошли бухгалтера-экономисты, имеющие высшее экономическое образование и, кроме того, прошедшие внутреннюю аттестацию.

Служба финансового контроллинга предприятия осуществляет управленческий учет, формирует отчеты, на базе которых руководители предприятия принимают управленческие решения.

Система финансового контроллинга ЗАО «РЗЗ» выступает в качестве эффективной координирующей системы, обеспечивающей взаимосвязи между формированием информационной базы, финансовым анализом, финансовым планированием и внутренним финансовым контролем на предприятии.

Безусловно, процесс построения и функционирования службы финансового контроллинга на данном предприятии имеет свои недостатки, которые проявляются при более детальном анализе, что требует дальнейшего совершенствования. Руководство предприятия и специалисты самой службы контроллинга в настоящее время работают в данном направлении. Однако положительный эффект от внедрения финансового контроллинга на предприятии, по оценке финансового директора ЗАО «РЗЗ», ощутим уже сегодня.

Таким образом, процесс внедрения системы контроллинга в общую систему управления на каждом предприятии имеет свою специфику, обусловленную отраслевыми особенностями, особенностями производственного процесса, масштабами предприятия и, конечно, теми целями и задачами, которые должны быть достигнуты в результате построения контроллинга на предприятии.

Библиографический список

1. Контроллинг: Учебник / А.М. Карминский, С.Г. Фалько, А.А. Жевага, Н.Ю. Иванова; под ред. А.М. Карминского, С.Г. Фалько. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 336 с.
2. Буркова Е.А. Управление затратами на предприятиях сельхозмашиностроения (на примере ЗАО «РЗЗ») // Проблемы социального и научно-технического развития в современном мире: Материалы XI всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых 23-24 апреля 2009 г. / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2009. – 506 с.
3. Объединение контроллеров. Восьмой симпозиум по контроллингу [Электронный ресурс] URL: <http://www.controlling.ru>.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Т.А. Галынчик, М.П. Вакорин

Рубцовский индустриальный институт,
Новосибирский государственный технический университет

Рассматривается системное, отражающее современный уровень развития экономической теории и практики определение инвестиции и инвестиционная привлекательность. Обосновывается, что благоприятная инвестиционная среда наряду с инвестиционной привлекательностью предприятия и экономическими возможностями инвестора становится побуждающим мотивом к инвестиционной деятельности: определению цели и оценке альтернативных вариантов. Далее следует принятие решений, реализация стратегии, оценка результатов.

Довольно часто в научных публикациях понятия «инвестиционная привлекательность», «инвестиционная активность», «инвестиционный климат» тесно переплетаются, порой подменяя друг друга.

Для формулирования наиболее адекватного определения понятия «инвестиционной привлекательности», концентрирующей все её сущностное наполнение и наиболее полно отражающее представления современной экономической науки об инвестиционной деятельности, необходимо рассмотреть основные его составляющие.

Одной из составных частей является термин «инвестиции». Считается, что он происходит от латинского слова «invest», что означает «вкладывать». Как показали проведённые исследования, в отношении данного понятия единое мнение на текущий момент отсутствует. Так, популярное отечественное мультимедийное издание «Энциклопедия Кирилла и Мефодия» предлагает следующую трактовку: «Инвестиции – это долгосрочные вложения капитала в отрасли экономики внутри страны и за границей» [1]. В свою очередь, известный Интернет – портал «Википедия» трактует данное понятие с позиций доходности: «инвестиции – долгосрочные вложения капитала с целью получения дохода». При этом предлагается различать понятия «инвестирование» и «финансирование»: «Не следует путать инвестирование и финансирование. Финансирование – выделение средств или ресурсов для достижения намеченных целей. Если целью финансирования является получение прибыли – тогда финансирование превращается в инвестирование. Если целью прибыль не является – это не инвестирование» [2].

Что же касается мировой экономической науки, то здесь явно прослеживаются два подхода к определению понятия инвестиций [3]. Первый, более узкий, отождествляет инвестиции и капиталовложения, то есть процесс инвестирования рассматривается как реальное вложение аккумулированного в денежной форме капитала, увеличивающее национальный продукт в будущем.

Такой подход используется в основном, когда говорят об инвестициях в макроэкономическом масштабе, пытаясь оценить влияние инвестиционного процесса на состояние экономической системы и, наоборот, влияние различных

макроэкономических процессов на инвестиции. Согласно этому подходу также проводится различие между инвестициями и сбережениями, определяемыми как "отложенное потребление". При рассмотрении инвестиций с макроэкономических позиций Дж.М. Кейнсом было дано следующее определение: инвестиции – это "прирост ценности капитального имущества в результате производственной деятельности данного периода"; "та часть дохода за данный период, которая не была использована для потребления"; "покупка отдельным лицом или корпорацией какого-либо имущества, старого или нового, дома или машины, ценных бумаг на фондовой бирже и т.д." [4].

В рамках советской экономической школы понятие «инвестиции» часто ассоциировалось с понятием «валовые капитальные вложения», под которыми понимались все затраты на воспроизводство основных фондов, включая затраты на их ремонт. Одна из причин подобного тождества, по нашему мнению, кроется в тезисе о принципиальной недопустимости частной формы собственности в экономике. При таком подходе на величину, состав и структуру вложений влияют обстоятельства, обусловленные не спросом и предложением, а плановыми народнохозяйственными потребностями и ограничениями бюджетов капвложений.

В более широком смысле слово «инвестировать» (to invest) означает: «расстаться с деньгами сегодня, чтобы получить большую их сумму в будущем» [5]. Два фактора обычно связаны с данным процессом – время и риск: отдавать деньги приходится сейчас и в определенном количестве, а вот вознаграждение наступает позже, если наступает вообще, и его величина заранее достоверно неизвестна. Таким образом, в данном контексте инвестиции – любые вложения денежного капитала в текущем периоде, имеющие целью увеличение благосостояния инвестора в будущем. При этом под инвестором понимается лицо, осуществляющее указанные вложения.

Как можно заметить, многие из упомянутых выше трактовок носят немного ограниченный характер, определяют интересующий нас термин в основном через понятие капитала. Однако это далеко не всегда представляется верным. Так, в ряде случаев в качестве инвестиций можно рассматривать какую – либо идею (например, запатентованное ноу-хау) или энергию предпринимателя-бизнесмена.

К другим характерным неточностям, допускаемым отдельными авторами, относятся [6]:

- Во-первых, к ним часто относят «потребительские» инвестиции граждан (покупка бытовой техники, автомобилей, недвижимости и т.д.). Такие инвестиции не приводят к росту капитала и получению прибыли.

- Во-вторых, встречается отождествление терминов «инвестиции» и «капитальные вложения». Капитальные вложения – форма институциональной деятельности предприятий, связанная с авансированием денежных средств в основной капитал. Инвестиции же могут осуществляться в нематериальные и финансовые активы.

- В-третьих, во многих определениях отмечается, что инвестиции являются вложением денежных средств. На практике так бывает не во всех случаях.

Инвестирование может осуществляться и в других формах, например взносов в уставный капитал предприятий движимого и недвижимого имущества, ценных бумаг, программного продукта и др.

- В-четвертых, в ряде определений подчеркивается, что инвестиции – это долгосрочное вложение средств. Безусловно, капитальные вложения, связанные с новым строительством, расширением и реконструкцией производственных объектов, как правило, носят долгосрочный характер. Однако часто они бывают и краткосрочными. Например, приобретение машин и оборудования, не требующих монтажа.

Единой точки зрения относительно предмета нашего исследования нет и в отечественном законодательстве. Так, Федеральный закон "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации" от 26 июня 1991 г. N1488-1 (в редакции Федеральных законов от 19.06.1995 N89-ФЗ, от 25.02.1999 N39-ФЗ, от 10.01.2003 N15-ФЗ, от 30.12.2008 N309-ФЗ) определяет инвестиции как денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, кредиты, любое другое имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получения прибыли (дохода) и достижения положительного социального эффекта [7].

Однако Федеральный закон "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25 февраля 1999 г. №39-ФЗ определяет инвестиции как денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта [8]. Как можно заметить, данный нормативно-правовой акт предоставляет большую свободу в толковании исследуемого понятия.

Учитывая вышесказанное, мы предлагаем следующее системное, отражающее современный уровень развития экономической теории и практики определение искомого понятия: инвестиции представляют собой все имущественные и неимущественные ценности, в результате вложения которых в объекты предпринимательской и иной деятельности за счёт усиления потенциала их факторов производства ожидается получение какого – либо положительного эффекта (экономического, социального, политического и т.д.) либо собственником этих вложений, либо сторонними субъектами, в чьих интересах действовал инвестор.

Следовательно, при рассмотрении понятия «инвестиции» следует ответить на три основных вопроса:

1. Кто инвестор?
2. Что он вкладывает?
3. С какой целью и куда?

В роли инвесторов выступают юридические лица (предприятия и организации), государство, граждане Российской Федерации, иностранные юридические и физические лица.

Современной экономической науке и практике известны следующие формы авансирования капитала:

- амортизационные отчисления и чистая прибыль (оставшаяся после налогообложения предприятий (фирм));
- денежные ресурсы коммерческих банков, страховых компаний и иных финансовых посредников;
- финансовые ресурсы государства, мобилизуемые в рамках бюджетной системы;
- сбережения населения;
- профессиональные способности и навыки к труду, а также здоровье и время вкладчика (предпринимателя).

Основу инвестирования составляет вложение средств в реальный сектор экономики, т.е. в основной и оборотный капитал предприятий и корпораций.

Инвестиции в объекты предпринимательской и иной деятельности осуществляются в различных формах. В целях учета, анализа и планирования они классифицируются по отдельным признакам (табл. 1).

Рассмотренное выше многообразие толкований базового определения обуславливает аналогичную поливариативность подходов к обозначению термина «инвестиционная привлекательность».

Традиционно понятие «инвестиционная привлекательность» означает наличие таких условий инвестирования, которые влияют на предпочтения инвестора в выборе того или иного объекта инвестирования. Объектом инвестирования может выступать отдельный проект, предприятие в целом, корпорация, город, регион, страна. Нетрудно выделить то общее, что ставит их в один ряд: наличие собственного бюджета и собственной системы управления.

Специалисты рейтингового агентства "Эксперт" отождествляют инвестиционную привлекательность с понятием инвестиционный климат и включают в понятие инвестиционной привлекательности инвестиционный потенциал и инвестиционный риск [9].

В рыночной экономике инвестиционным климатом принято называть совокупность экономических, политических, финансовых и других условий, оказывающих влияние на приток внутренних и внешних инвестиций в экономику страны [10].

Понятие «инвестиционный климат» отражает степень благоприятности ситуации, складывающейся в той или иной стране (регионе, отрасли, на предприятии), по отношению к инвестициям, которые могут быть сделаны в страну (регион, отрасль, предприятие).

По мнению такого видного исследователя в области инвестиционной привлекательности, как Ройзман И.И. [11], инвестиционный климат представляет собой сложившуюся за ряд лет совокупность различных социально-экономических, природных, экологических, политических и других объективных условий, формирующих инвестиционную привлекательность, и определяемый ею масштаб (объем и темп) привлечения инвестиций в основной капитал региона, то есть его инвестиционную активность.

Классификационные признаки инвестиций

Признак	Классификация
1	2
по характеру участия	<ul style="list-style-type: none"> • прямые инвестиции - осуществляются при непосредственном участии инвестора в выборе проектов инвестирования и вложении средств, • не прямые инвестиции - при опосредуемом участии инвестора другими лицами.
по форме инвестирования	<ul style="list-style-type: none"> • нефинансовые (не денежные инвестиции в форме вложения прав, лицензий, ноу-хау, имущества) • финансовые.
по отношению к инновационному процессу	<ul style="list-style-type: none"> • инновационные инвестиции (форма реального инвестирования, осуществляемая с целью внедрения уже созданных технологических инноваций в операционную деятельность предприятия), осуществляются в двух основных формах: путем приобретения готовой научно-технической продукции (патентов на открытия и изобретения; ноу-хау); путем разработки, новой научно-технической продукции самим предприятием или по его заказу; • венчурные инвестиции (операции по финансированию научно-исследовательских разработок и изобретений). Эти инвестиции характеризуются повышенной степенью риска.
по формам собственности	<ul style="list-style-type: none"> • частные, • корпоративные (коллективные), • государственные, • смешанные.
по формам участия зарубежного капитала	<ul style="list-style-type: none"> • иностранные, • отечественные, • смешанные.
по региональному признаку	<ul style="list-style-type: none"> • инвестиции внутри страны, • инвестиции за рубежом
по источнику средств	<ul style="list-style-type: none"> • за счет собственных средств (прибыль, амортизация), • за счет заемных средств (кредиты, займы), • привлечение средств в обмен на участие в предприятии (расширение состава участников), • дотации и гранты

1	2
по объекту вложения	<ul style="list-style-type: none"> • портфельные - инвестиции в ценные бумаги, • реальные - инвестиции в физические активы
по цели вложения	<ul style="list-style-type: none"> • инвестиции в повышение эффективности (служат для снижения затрат предприятия за счет замены оборудования, обучения персонала или перемещения производственных мощностей в регионы с более выгодными условиями производства); • инвестиции в расширение производства (служат для расширения возможностей выпуска товаров для ранее сформировавшихся рынков в рамках уже существующих производств); • инвестиции в создание новых производств (обеспечивают создание новых предприятий, которые будут выпускать новые товары); • инвестиции ради удовлетворения требований государственных органов управления (удовлетворение требованиям в части экологических стандартов, либо безопасности продукции, либо иных условий деятельности).
по направленности	<ul style="list-style-type: none"> • начальные инвестиции (нетто - инвестиции), осуществляемые при основании или покупке активов; инвестиции на увеличение объёмов производства (экстенсивные инвестиции); • реинвестиции, связывающие вновь свободные инвестиционные средства через направление их на покупку и изготовление новых средств производства с воспроизводственной целью. • брутто - инвестиции составляют в совокупности нетто - инвестиции и реинвестиции.
по сроку действия	<ul style="list-style-type: none"> • кратко - (до 1 года), • средне - (1-3 года), • долгосрочные (свыше 3 лет).
по соотношению затрат к величине получаемого дохода	<ul style="list-style-type: none"> • пропорциональное инвестирование, • инвестиции с одномоментными затратами и постепенными поступлениями, • инвестиции с постепенными затратами и одномоментным поступлением средств.

Выделяя региональные инвестиционные риски, Ройзман И.И. представляет их как вероятность неполного использования местного инвестиционного потенциала.

В количественном отношении инвестиционный климат региона характеризуется уровнем и соотношением двух основных показателей – инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности. Указанное соотношение выражает при этом эффективность использования инвестиционной привлекательности и выступает в качестве третьей, дополнительной количественной характеристики, используемой при разработке типологии российских регионов по инвестиционному климату.

Благоприятный инвестиционный климат характеризуется политической устойчивостью в регионе, наличием позитивной законодательной базы, благоприятным таможенным режимом, умеренными налогами и различными льготами, представляемыми инвесторам [12].

В рамках данного «климатического» подхода к определению инвестиционной привлекательности представляется примечательной формулировка, предложенная Артемовой Е.А. [3]: инвестиционная привлекательность страны, региона характеризуется состоянием инвестиционного климата в данной стране или регионе. Инвестиционная привлекательность является обобщающей характеристикой инвестиционного климата региона, под которой мы понимаем объективно-субъективную совокупность статико-динамических инвестиционных характеристик инвестиционного климата.

Инвестиционный климат, в свою очередь, – совокупность различных социально-экономических, природных, экологических, политических и других объективных условий, определяющих масштаб и темп привлечения инвестиций в основной капитал региона.

Инвестиционный риск измеряется возможными потерями в использовании инвестиционного потенциала и снижением инвестиционной активности.

Инвестиционный потенциал региона – это совокупная возможность объективных экономических, социальных и природно-географических свойств региона, собственных и привлеченных ресурсов обеспечивать инвестиционную деятельность в целях и масштабах, определенных социально-экономической политикой региона.

Инвестиционная активность – характеристика интенсивности (темпа) привлечения инвестиций в основной капитал.

Как можно заметить, в данном определении предпринимается попытка системно, исчерпывающе раскрыть характер взаимосвязи между понятиями инвестиционной привлекательности и инвестиционного климата.

В свою очередь, Севрюгин Ю.В. пытается взглянуть на проблему с позиций потенциального инвестора: инвестиционная привлекательность предприятия – это система количественных и качественных факторов, характеризующая платежеспособный спрос предприятия на инвестиции [12]. Иначе говоря, это совокупность характеристик, позволяющая потенциальному инвестору оценить, насколько тот или иной объект инвестиций привлекательнее других для вложения имеющихся средств [13]. Зачастую она играет опреде-

ляющую роль при принятии инвестиционного решения как для инвестора, так и для самого хозяйствующего субъекта, поскольку цель того и другого заключается в приращении стоимости вложенного капитала [13].

В условиях рыночной экономики понятие «инвестиционная привлекательность» для различных категорий инвесторов имеет различный смысл.

Если потенциальным инвестором является кредитное учреждение (банк), то при принятии решения об инвестировании главным критерием для него служит платежеспособность хозяйствующего субъекта или, в банковской терминологии, «кредитоспособность», то есть способность предприятия вернуть основную сумму долга по кредиту и выплатить начисленные проценты [14].

Кроме того, банк рассматривает каждый хозяйствующий субъект не только как заемщика, но и как потребителя всего спектра предлагаемых банком услуг, следовательно, рост эффективности его деятельности и объемов бизнеса означают для банка расширение пакета услуг, которым воспользуется хозяйствующий субъект, а значит – рост доходов кредитного учреждения и укрепление его рыночных позиций.

Таким образом, для кредитных организаций инвестиционная привлекательность хозяйствующего субъекта – это обобщенная характеристика последнего как экономической единицы, результатов его текущей и будущей деятельности, формируемая на основе группы финансовых, экономических и прочих показателей, а также экспертных оценок, побуждающая потенциального инвестора отказаться от потребления денежного капитала в настоящем для вложения его в бизнес хозяйствующего субъекта с целью получения прибыли для потребления и/или приращения будущих объемов инвестирования [14]. Данная группа расчетных показателей и экспертных оценок должна доводить до сведения потенциального инвестора, что вероятность достижения стоящих перед ним целей достаточна высока.

С позиций же государства, инвестиционная привлекательность отдельных субъектов экономики представляется важнейшим инструментом обеспечения экономической безопасности.

В этой связи отметим, что государство выполняет две существенные функции. Первая функция государства – это функция арбитра, задающего «правила игры» и контролирующего (или не контролирующего) их выполнение. Вторая, не менее важная роль государства в инвестиционных процессах – это его участие в качестве инвестора, т.е. фактически игрока.

Учитывая, что государство, прежде всего, обязано беспокоиться о собственной экономической безопасности, оно обеспечивает поддержкой те сферы деятельности, которые наиболее всего обладают передовыми технологиями, способными быть воплощенными в производстве конкурентоспособной продукции для модернизации производственной базы важнейших сфер экономики страны, а также в производстве продукции, обладающей экспортным потенциалом. По мнению ряда авторов, данному определению наиболее всего соответствует материальная сфера производства [15].

При этом необходимо иметь в виду следующие обстоятельства [16]:

- по мере снижения инвестиционной привлекательности объектов, степень государственного вмешательства по отношению к ним может увеличиваться;

- для внешнего (частного) инвестора приоритетными будут объекты с высокой инвестиционной привлекательностью; эти объекты при определенных условиях могут стать в роли инициаторов кооперированных эффектов: здесь сильного вмешательства государства не требуется;

- усиление государственного влияния может происходить по мере движения от косвенных методов государственного регулирования к прямым, а также от информационных и организационных к административным: выбор методов регулирования инвестиционного процесса должен быть адекватным условиям реализации принимаемых решений.

Более узко рассматривает инвестиционную привлекательность У.Ф. Шарп. У данного автора она сводится к такому определению, которое характеризуется только типами бумаг, обращающихся на рынке, а также условиями их приобретения и продажи.

Инвестиционная привлекательность (инвестиционный климат), по У.Ф. Шарпу, – это:

- ценные бумаги;
- фондовые рынки;
- финансовые посредники [17].

Инвестиционная привлекательность предприятия испытывает инвестиционное воздействие отрасли, региона и государства. Все изменения, происходящие в системах более высокого уровня (политическая нестабильность, перемены в налоговом законодательстве, рост доходов населения в регионе, таможенные пошлины на продукцию отдельных отраслей, требования к экологии и др.), непосредственно отражаются на инвестиционной привлекательности предприятия.

Таким образом, инвестиционная привлекательность может рассматриваться как объект институционального влияния со стороны государства, направленного на привлечение инвестиционных ресурсов в целях получения инвесторами прибыли или достижения иного полезного эффекта, а также реализацию государственных интересов по обеспечению устойчивого экономического роста и рациональных структурных пропорций национального хозяйства.

В свою очередь, совокупность предприятий образует отрасль, которая влияет на инвестиционную привлекательность целого региона, а из привлекательности регионов складывается привлекательность государства.

Инвестиционная привлекательность конкретного хозяйствующего субъекта представляется нам многомерным явлением, включающим в себя информационную, кадровую и иные виды привлекательности.

Информационная привлекательность промышленного предприятия определяется его внешним имиджем, на который существенно влияют деловые и социальные коммуникации, а также репутация брендов, которыми владеет данное предприятие. Ценность информационной компоненты инвестиционной привлекательности постоянно возрастает.

Кадровая привлекательность промышленного предприятия характеризуется:

- деловыми качествами руководителя и его команды;
- качеством кадрового ядра;
- качеством обновления персонала в целом.

Обобщающим критерием инвестиционной привлекательности кадрового ядра промышленного предприятия является удельный вес и динамика роста количества высококвалифицированных рабочих и специалистов в промышленно-производственном персонале. Важно подчеркнуть удельный вес высококвалифицированных специалистов, обладающих современными знаниями и технологиями. Какой толк иметь высококвалифицированного слесаря-лекальщика, если на предприятии установлены высокоточные станки с ЧПУ, способные выполнить работу, которая не под силу будет данному специалисту?

Инновационная привлекательность промышленного предприятия – важная составляющая инвестиционной привлекательности, так как многие инвесторы связывают перспективы капиталовложений именно с нововведениями.

Она определяется на основе оценки эффективности среднесрочных и долгосрочных инвестиций в нововведения предприятия.

Для оценки инновационной привлекательности необходимы:

- отбор системы показателей, прямо или косвенно характеризующих инновационную деятельность предприятия;
- дифференцированное ранжирование предприятия на основе группировки выбранных показателей и определение места по их сумме;
- выбор общего критерия для экспресс-анализа.

Финансовая привлекательность промышленного предприятия – центральное звено инвестиционной привлекательности. Для любого инвестора она заключается в получении стабильного экономического эффекта от финансово-хозяйственной деятельности. Если этот эффект нестабилен, при инвестировании неизбежен финансовый риск. Критерии финансовой привлекательности – показатели, характеризующие финансовое положение компании (ликвидность, финансовая устойчивость и платежеспособность) и уровень ее деловой активности (оборачиваемость активов, рентабельность продукции и производства).

Территориальная привлекательность промышленного предприятия – система критериев выгодного для инвестора геопространственного положения и развития предприятия: макроэкономическое положение города или региона, где оно находится, в национальном и международном рыночном хозяйстве, а также микрогеографическое положение предприятия внутри города. При оценке макроэкономического положения инвестор учитывает общий инвестиционный климат в регионе. Микрогеографическое положение оценивают исходя из показателей транспортного коэффициента; коэффициента удаленности от центра города; цены земли; коэффициента потенциальной интенсификации территории компании.

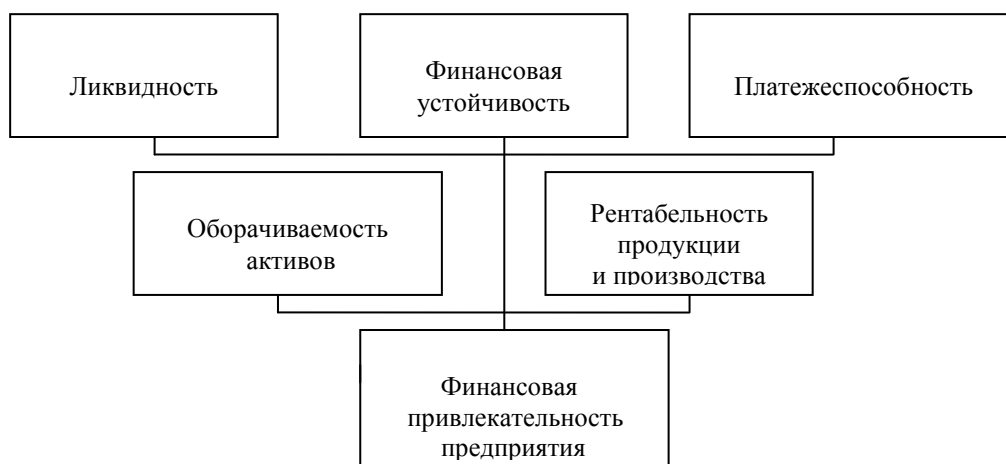


Рис. 1. Критерии финансовой привлекательности предприятия

Факторы, влияющие на территориальную привлекательность предприятия, сегодня имеют более существенное значение, чем 10-15 лет назад. Наиболее существенные факторы можно отразить на схеме.

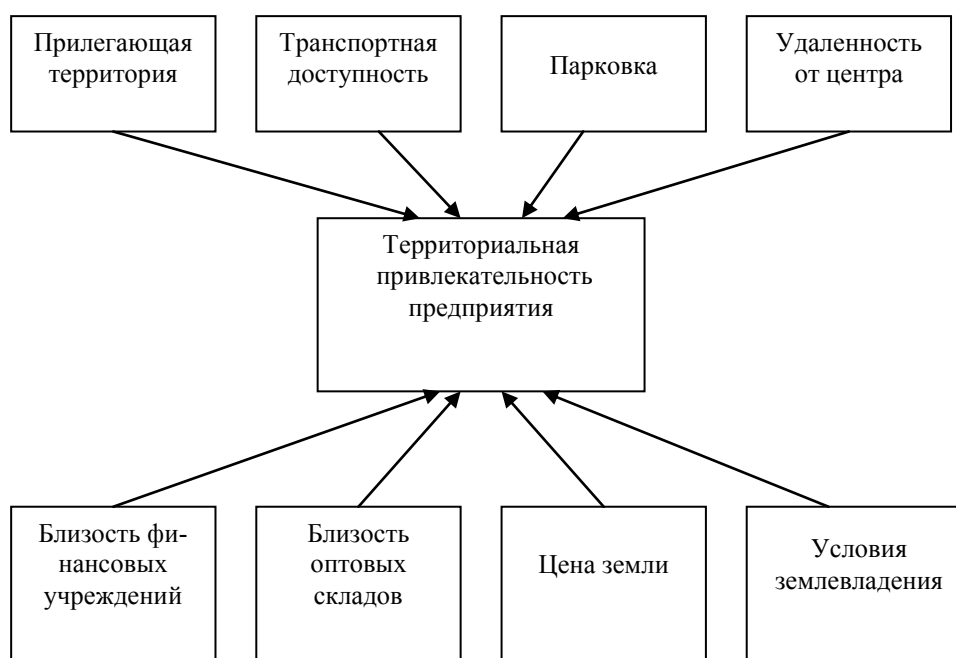


Рис. 2. Система факторов, влияющих на территориальную привлекательность промышленного предприятия

Экологическая привлекательность промышленного предприятия определяется на основе экологической оценки:

- природной среды предприятия;
- производственного процесса;
- производимой продукции.

Социальная привлекательность промышленного предприятия является критерием конкурентоспособности предприятия, его престижности для трудоустройства, привлекательности для инвестора. При анализе социального климата обращают внимание на условия труда, уровень заработной платы, социальный пакет.

Факторы, влияющие на социальную привлекательность промышленного предприятия, можно разделить на внутренние и внешние (табл. 2).

Таблица 2

Таблица факторов, влияющих на социальную привлекательность промышленного предприятия

Внутренний фактор	Внешний фактор
Социальный пакет	Транспортная доступность
Уровень заработной платы	Престижность предприятия
Условия труда и отдыха	

Данные факторы необходимо учитывать при различных подходах к оценке инвестиционной привлекательности промышленного предприятия, при применении различных методик оценки этой привлекательности.

Таким образом, предлагается следующее определение инвестиционной привлекательности предприятия. Инвестиционная привлекательность предприятия представляет собой комплексную характеристику предприятия, определяющую целесообразность вложения средств инвестора как непосредственно в предприятие, так и в какие-либо проекты, им реализуемые (рис. 3).

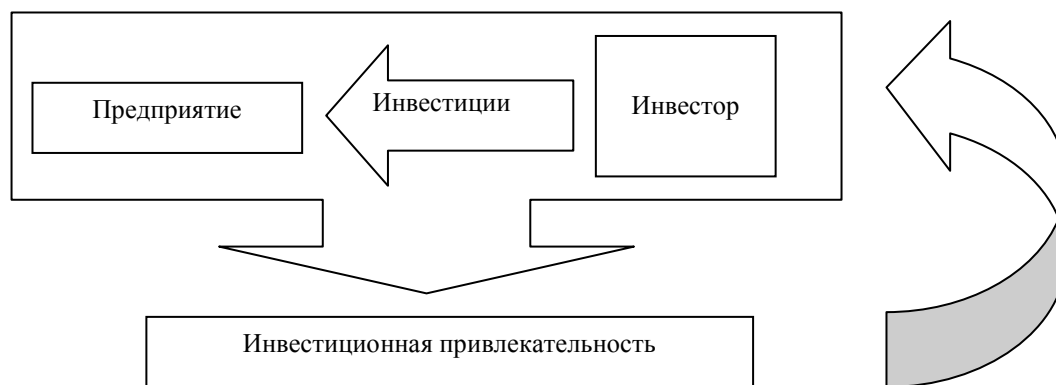


Рис. 3. Инвестиционная привлекательность в современных условиях

По своей специфике инвестиционная привлекательность предприятия – это категория воспроизводственная, структурная. Являясь одним из неотъемлемых механизмов стабильного самовоспроизводства общества и его базовых экономических элементов, инвестиционная привлекательность выступает как противоречивое единство двух характеристик: экономического содержания (инвестиции) и психологической формы (привлекательность), т.е. субъективных оценок объективной действительности. Суть её заключается в том, что благо-

приятная инвестиционная среда наряду с инвестиционной привлекательностью предприятия и экономическими возможностями инвестора становится побуждающим мотивом к инвестиционной деятельности: определению цели и оценке альтернативных вариантов. Далее следует принятие решений, реализация стратегии, оценка результатов.

Библиографический список

1. Энциклопедия Кирилла и Мефодия. 2006.
2. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Инвестиции>
3. Артемова Е.А. Формирование и оценка инвестиционной привлекательности муниципальных образований : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 Уфа, 2006 170 с. РГБ ОД, 61:07-8/1591.
4. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег.
5. Бочаров В.В. Инвестиционный менеджмент. – СПб.: Питер, 2000. – 160 с.: ил. – (Серия «Краткий курс»).
6. <http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=83331>
7. <http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=70033>
8. <http://www.raexpert.ru>
9. Райзберг Б.Л., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 3-е издание, перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2002. 480 с.
10. Ройзман И.И. Современная и перспективная типология инвестиционного климата российских регионов // Инвестиции в России. 2006. Л»3.
11. Ваниев А.Г., Сагиров И.С. Формирование благоприятного инвестиционного климата в регионе // Региональная экономика: теория и практика. 2004. №1(4).
12. Севрюгин Ю.В. Оценка инвестиционной привлекательности промышленного предприятия. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Ижевск, 2004.
13. Пахомов В.А. Инвестиционная привлекательность предприятий – исполнителей контрактов как экономическая категория. <http://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn08/16.shtml>
14. Гамбарова Е.А. Инвестиционная привлекательность корпоративного клиента банка. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Екатеринбург, 2006.
15. Зульпукаров З.М. Управление инвестиционным климатом в сфере материального производства. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М., 2007.
16. Каюков А.В. Совершенствование механизма обеспечения промышленных предприятий кредитными ресурсами: теория, методология, практика (на примере Северо-Запада России) Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Сыктывкар, 2006.
17. Шарп У.Ф., Александер Г.Дж., Бэйли Дж.В. Инвестиции. М.: ИНФРА-М, 2004.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ*Ю.В. Жилкина**Дипломатическая академия МИД России, г. Москва*

Деятельность предпринимателей в современных условиях хозяйствования в России является весьма неоднозначной. И это связано не только с общим кризисным состоянием российской экономики, сохраняющейся инфляцией, низким курсом рубля и прочими макроэкономическими деформациями, но и с рядом специфических факторов, усиливающих активизацию угроз экономической безопасности предпринимательства. Среди этих факторов наибольшее значение имеют следующие.

Существенная степень монополизации рынка, частично сохранившаяся от прежней административно-командной системы, частично – вновь возникающая. Одновременно нарастает уровень конкурентной борьбы за российские рынки как со стороны отечественных, так и зарубежных производителей. Установление контроля криминальных структур над рядом секторов экономики и субъектами хозяйственной деятельности.

Сохранение высокого прессинга на субъекты предпринимательской деятельности со стороны государственных органов (например, в сферах лицензирования, налогообложения). Рост криминализации российского бизнеса вообще и учащающееся использование криминальными структурами сделок в целях отмывания “грязных” денег, вывоза их за рубеж и пр.

Наличие ряда социальных проблем: низкий уровень доходов населения, безработица, текучесть кадров – все это снижает степень ответственности и увеличивает вероятность склонности работника к продаже секретов фирмы и прочим незаконным действиям. Несовершенство законодательства, регулирующего отношения в сфере предпринимательства (выражающееся, например, в ориентации правовых норм на борьбу с последствиями правонарушений, а не с причинами, в несоответствии причиненного ущерба и применяемых санкций).

Предпринимательская деятельность является крайне многогранной. Она связана с решением организационных вопросов, правовыми и экономическими проблемами, техническими аспектами, кадровыми и т.д. Особенно усложняется управление такой деятельностью, когда фирма является крупным диверсифицированным производственным предприятием, которое имеет широчайшие деловые связи и значительное количество контрагентов: поставщиков, кредиторов, заемщиков, клиентов.

В любом случае каждая фирма представляет собой систему, включающую основные элементы и связи между ними. Система – это совокупность объектов, взаимодействие которых обуславливает наличие интегративных качеств, не свойственных ее частям, компонентам [1]. Как раз по линиям внутренних и внешних связей системы (фирмы) и могут реализоваться угрозы ее экономической безопасности. Для обеспечения максимальной степени защиты от этих уг-

роз и необходима определенная деятельность, которая также должна носить системный характер.

Объектом системы обеспечения экономической безопасности выступает стабильное экономическое состояние субъекта предпринимательской деятельности в текущем и перспективном периоде. Именно от объекта защиты во многом зависят основные характеристики системы обеспечения экономической безопасности. Поскольку объект защиты является сложным, многоаспектным, то эффективное обеспечение экономической безопасности должно основываться на комплексном подходе к управлению этим процессом. Комплексный подход предполагает учет в управлении объектом всех основных его аспектов, и все элементы управляемой системы рассматриваются только в совокупности, целостности, единстве. Таким образом, необходимо создание комплексной системы обеспечения экономической безопасности предпринимательской деятельности.

Комплексная система обеспечения экономической безопасности предпринимательства – это совокупность взаимосвязанных мероприятий организационно-правового характера, осуществляемых в целях защиты предпринимательской деятельности от реальных или потенциальных действий физических или юридических лиц, которые могут привести к существенным экономическим потерям.

Концепция комплексной системы обеспечения экономической безопасности предпринимательства.

В основе разработки комплексной системы обеспечения экономической безопасности предпринимательства должна лежать определенная концепция. Концепция включает цель комплексной системы обеспечения безопасности, ее задачи, принципы деятельности, объект и субъект, стратегию и тактику.

Цель данной системы – минимизация внешних и внутренних угроз экономическому состоянию субъекта предпринимательства, в том числе его финансовым, материальным, информационным, кадровым ресурсам, на основе разработанного и реализуемого комплекса мероприятий экономико-правового и организационного характера. Следует иметь в виду, что наибольшее значение в деле обеспечения экономической безопасности предпринимательства принадлежит первичным – экономико-правовым и организационным мерам, обеспечивающим фундамент, основу системы безопасности, в отличие от вторичных – технических, физических и пр.

В процессе достижения поставленной цели осуществляется решение конкретных задач, объединяющих все направления обеспечения безопасности.

Задачи, решаемые системой обеспечения безопасности:

- прогнозирование возможных угроз экономической безопасности;
- организация деятельности по предупреждению возможных угроз (превентивные меры);
- выявление, анализ и оценка возникших реальных угроз экономической безопасности;
- принятие решений и организация деятельности по реагированию на возникшие угрозы;

- постоянное совершенствование системы обеспечения экономической безопасности предпринимательства.

Организация и функционирование комплексной системы обеспечения экономической безопасности предпринимательской деятельности в целях максимальной эффективности должны основываться на ряде следующих принципов.

Принцип законности. Вся деятельность фирмы, в том числе ее службы безопасности, должна носить безусловно законный характер, иначе система обеспечения безопасности может быть разрушена по вине самого субъекта предпринимательства. В качестве негативных последствий могут быть различного рода санкции правоохранительных органов, привлечение в качестве ответчика в суд, шантаж со стороны криминальных структур.

Принцип экономической целесообразности. Следует организовывать защиту только тех объектов, затраты на защиту которых меньше, чем потери от реализации угроз этим объектам. Здесь также должны учитываться финансовые возможности фирмы по организации системы экономической безопасности.

Сочетание превентивных и реактивных мер. Превентивные – меры предупредительного характера, позволяющие не допустить возникновения или реализации угроз экономической безопасности. Реактивные – меры, которые принимаются в случае реального возникновения угроз или необходимости минимизации их негативных последствий.

Принцип непрерывности – предполагает, что функционирование комплексной системы обеспечения экономической безопасности предпринимательства должно осуществляться постоянно.

Принцип дифференцированности. Выбор мер по преодолению возникших угроз происходит в зависимости от характера угрозы и степени тяжести последствий ее реализации.

Координация. Для достижения поставленных задач необходимо постоянное согласование деятельности различных подразделений службы безопасности, самой фирмы и сочетание организационных, экономико-правовых и прочих способов защиты.

Объект и субъект системы обеспечения экономической безопасности предпринимательства тесно взаимосвязаны. Объектом системы в целом, как уже говорилось, выступает стабильное экономическое состояние субъекта предпринимательской деятельности в текущем и перспективном периоде. Конкретными же объектами защиты выступают ресурсы: финансовые, материальные, информационные, кадровые.

Субъект системы обеспечения экономической безопасности предпринимательства носит более сложный характер, поскольку его деятельность обуславливается не только особенностями и характеристиками объекта, но и специфическими условиями внешней среды, которая окружает субъект предпринимательской деятельности. Исходя из этого, можно выделить две группы субъектов, обеспечивающих экономическую безопасность предпринимательства: внешние субъекты; внутренние субъекты.

К внешним субъектам относятся органы законодательной, исполнительной и судебной власти, призванные обеспечивать безопасность всех без исключе-

ния законопослушных участников предпринимательских отношений; причем деятельность этих органов не может контролироваться самими предпринимателями. Эти органы формируют законодательную основу функционирования и защиты предпринимательской деятельности в различных ее аспектах и обеспечивают ее исполнение.

К внутренним субъектам относятся лица, непосредственно осуществляющие деятельность по защите экономической безопасности данного конкретного субъекта предпринимательства. В качестве таких субъектов могут выступать:

- работники собственной службы безопасности фирмы (предприятия);
- приглашенные работники из специализированных фирм, оказывающих услуги по защите предпринимательской деятельности.

Организация службы экономической безопасности.

Среди субъектов, обеспечивающих защиту экономической безопасности предпринимательской деятельности, наибольшее значение имеет служба собственной экономической безопасности (конечно, при наличии соответствующего размера субъекта предпринимательства и финансовых средств). Создание службы собственной экономической безопасности представляет на практике наибольшую трудность, поскольку каждый субъект предпринимательства сугубо индивидуален, поскольку специфична его деятельность. Однако можно выделить ряд этапов, рекомендуемых предпринимателям при создании службы безопасности.

1. Принятие решения о необходимости создания службы экономической безопасности (СЭБ).

Вопрос о создании службы безопасности должен возникать в момент принятия решения об организации фирмы, в зависимости от выбираемого вида деятельности, объема предполагаемой к производству продукции, размера годового оборота и прибыли, использования секретов производства, количества работников и т.п. Учредители должны заранее предусмотреть необходимость создания службы безопасности.

После государственной регистрации руководителями принимается окончательное решение о создании СЭБ. В случае положительного решения вопроса определяется ответственное лицо (группа лиц), которое будет непосредственно заниматься организацией службы экономической безопасности.

2. Определение общих задач СЭБ – предупреждение угроз, реагирование на возникшие угрозы и определение конкретных объектов защиты (персонал, информация, компьютерные системы, здания и помещения).

3. Разработка положения о СЭБ, определение структуры и утверждение штатов. Наличие соответствующей законодательной базы позволяет создать легальную службу безопасности.

4. Набор кадров.

Работниками службы экономической безопасности могут быть люди, специально и постоянно занимающиеся данной деятельностью как основной и привлеченные специалисты (например, главный бухгалтер, юрист и пр.).

При подборе постоянных работников в качестве важнейшего требования выступает профессиональная подготовка. В связи с этим предпочтение следует

отдавать бывшим работникам правоохранительных органов (МВД, ФСБ, прокуратуры, налоговой полиции) с соответствующим опытом работы и подходящим по умственным и морально-деловым качествам для данной деятельности. Для службы физической защиты целесообразнее приглашать лиц, проходивших службу в спецназе, СОБРе, ОМОНе, которые обладают профессиональными навыками владения оружием и рукопашного боя.

5. Непосредственная организация и функционирование службы экономической безопасности.

Закон РФ “О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации” предусматривает, что работники службы безопасности, осуществляющие частную детективную и охранную деятельность, должны получить в законном порядке лицензии (подробнее см.: Закон РФ от 11 марта 1992 г. №2487-1 “О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации”).

6. Контроль за деятельностью СЭБ.

В целях поддержания высокого уровня профессионализма работников СЭБ, дисциплины всего персонала и обеспечения эффективной работы службы безопасности в целом, необходимо осуществление постоянного контроля и анализа результатов деятельности СЭБ.

Структура службы экономической безопасности.

Структура службы экономической безопасности, как уже говорилось, является специфичной для различных субъектов предпринимательской деятельности. Она зависит от размера фирмы, количества занятых на ней, характера деятельности, роли конфиденциальной информации (коммерческой тайны) и т.п.

Служба экономической безопасности является важнейшим элементом комплексной системы экономической безопасности субъекта предпринимательства. Если предприятие (фирма) небольшое – целесообразнее не создавать собственную службу безопасности, а использовать услуги соответствующих охранных и детективных агентств. В том же случае если предприятие крупное и использует в своей деятельности значительные массивы конфиденциальной информации, то объективно необходимо создание своей службы безопасности.

Приведем примерную структуру службы экономической безопасности предприятия (фирмы). Выделенные блоки непосредственно входят в службу экономической безопасности, а остальные – только в пределах вопросов, находящихся в компетенции СЭБ.

Особое положение в структуре СЭБ занимает группа чрезвычайных ситуаций.

Система предупредительных мер включает деятельность по изучению контрагентов, анализ условий договоров, соблюдение правил работы с конфиденциальной информацией, защиту компьютерных систем и т.д. Эта деятельность осуществляется регулярно и непрерывно. Она обеспечивает защиту экономической безопасности на основе постоянно действующей системы организационных мероприятий.

Технология защиты от угроз экономической безопасности.



Рис. 1. Примерная структура службы безопасности

Практическая деятельность службы экономической безопасности должна основываться на использовании типовых схем, процедур и действий. Прежде всего следует сказать об общем алгоритме действий, на котором основана работа службы безопасности. Он включает следующие операции:

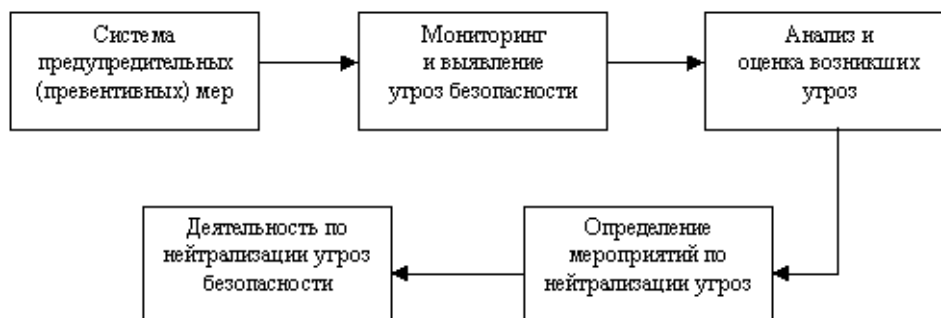


Рис. 2. Алгоритм действий службы безопасности

Служба безопасности: предупредительная работа с персоналом.

К категориям работников, имеющих доступ к коммерческой (в том числе конфиденциальной) информации и могущих быть потенциальными источниками ее разглашения, либо иных неправомерных действий, относятся прежде всего, работники бухгалтерии, кассиры, лица, имеющие право распоряжения печатями, бланками, работники компьютерных подразделений.

В практике работы с персоналом работники службы безопасности должны проверять не только хранение сотрудниками коммерческой тайны, но и отно-

шение их к своим служебным обязанностям, аккуратность в обращении с документами, излишний “интерес” к другим подразделениям.

Для работников службы безопасности индикаторами в выявлении конкретных работников, осуществляющих разглашение конфиденциальной информации, занимающихся хищением денег либо совершающих другие неправомерные действия, угрожающие экономическому положению фирмы, являются следующие:

- внезапный активный интерес к конфиденциальной информации, деятельности других подразделений;
- изменение поведения работника в общении с коллегами, в разговорах, появление неуверенности, страха;
- резкое увеличение расходов работника, приобретение дорогостоящих товаров, недвижимости и пр.

Потенциальными правонарушителями являются сотрудники:

- имеющие значительные материальные затруднения;
- имеющие склонность к азартным играм;
- склонные к пьянству, наркотической зависимости;
- имеющие тяжело больных близких родственников;
- часто меняющие место работы;
- психически неуравновешенные.

Для поддержания высокого уровня защищенности экономических интересов фирмы службе безопасности целесообразно проводить проверки лиц, которые могут, пользуясь своим служебным положением, представлять угрозы безопасности. Приведем некоторые способы таких проверок.

Первый. Лицу, ответственному за получение в банке денежных сумм, умышленно вкладывается в пачку лишняя купюра. Если лицо не реагирует на данные действия, то из этого могут быть сделаны следующие выводы:

Данное лицо небрежно относится к своим обязанностям.

Данное лицо умышленно присваивает деньги.

В обоих случаях есть основания сомневаться в личных либо деловых качествах проверяемого лица.

Второй. Проверка выполнения исполнительно-распорядительных функций ответственным лицом. Работнику, имеющему право распоряжаться печатями, штампами. Посторонним лицом ему предлагается за вознаграждение проштамповать чистые листы бумаги. В случае согласия – доверие к такому лицу утрачивается и оно освобождается от должности.

Третий. Для банков. Проверяется лицо, обслуживающее клиентов в банке, имеющее право доступа к информации по счету и выдающее справки о наличии денежных средств на счетах клиентов. Один из клиентов (по просьбе работников службы безопасности) предлагает выдать ему справку о наличии значительной суммы денег у него на счете, хотя на самом деле эта сумма небольшая, обещая при этом приличное вознаграждение. Как правило, в выписке по счету к сумме дописывается один или два нуля. Понятно, что фиктивная справка необ-

ходима клиенту для введения в заблуждение контрагентов. В случае согласия работника банка можно сделать вывод о его неправомерном поведении.

Вообще же руководству предпринимательской фирмы необходимо проводить такую внутреннюю политику, чтобы минимизировать количество недовольных работников (служебным положением, оплатой труда и пр.) и особенно стараться сохранять хорошие отношения с увольняющимися работниками. В этом случае вероятность утечки информации будет снижена.

Обязательным условием эффективной системы экономической безопасности является формирование собственной картотеки клиентов с разбивкой по степени их надежности, а также участие в формировании межсубъектных региональных и общероссийских банков данных, использование их информации о контрагентах.

Внутренний аудит. Для обеспечения экономической безопасности предпринимательской деятельности и противодействия внутренним и внешним угрозам важнейшее значение принадлежит контролю финансово-хозяйственных операций, бухгалтерской и иной документации фирмы. В этих целях руководство предпринимательской фирмы и служба экономической безопасности может использовать аудиторские проверки.

Аудит – это деятельность по проверке и контролю, анализу и оценке финансового состояния фирмы. В наиболее широком понимании аудит является разновидностью предпринимательской деятельности, осуществляемой на платной основе.

Различается внешний и внутренний аудит. Внешний аудит осуществляется внешними независимыми аудиторами, аудиторскими фирмами, которые, в соответствии с законодательством РФ, на основе заказов (договоров) с организациями производят аудиторские проверки. Инициаторами в этом случае могут быть государственные органы – Банк России, налоговые инспекции, судебные инстанции либо различные, в том числе негосударственные, организации. Результаты проверок оформляются актами, аудиторскими заключениями.

Внутренний аудит осуществляется специалистами самой фирмы (предприятия). Внутренний аудит является эффективным инструментом системы обеспечения экономической безопасности предпринимательской деятельности, поскольку позволяет предупреждать негативные тенденции в финансово-хозяйственной деятельности фирмы, вскрывать имеющиеся нарушения и своевременно принимать меры по их ликвидации. Если результаты внешней аудиторской проверки могут привести к определенным санкциям против проверяемой предпринимательской фирмы и становятся достоянием гласности, то результаты внутреннего аудита являются конфиденциальной информацией и не подлежат открытому доступу. Как правило, ответственность аудиторов за разглашение конфиденциальной информации (коммерческой тайны) предусматривается в договоре. За ее разглашение аудитор может нести как дисциплинарную, так и материальную ответственность.

Аудиторский контроль может быть документальный, фактический и смешанный. Документальный контроль основан на проверке различных документов – первичных и сводных бухгалтерских документов, планов и отчетов под-

разделений и служб, договоров и т.д. Фактический контроль производится с целью установления фактического наличия денежных средств и ценных бумаг в кассе, товарно-материальных ценностей на складах, достоверности дебиторских и кредиторских задолженностей фирмы. Смешанный контроль предполагает одновременную документальную и фактическую проверку.

Для проведения аудиторских проверок создается специальная комиссия. Руководитель фирмы совместно со службой экономической безопасности определяют ее членов из числа наиболее надежных и квалифицированных работников фирмы. В необходимых случаях могут привлекаться и внешние специалисты. Результаты работы комиссии оформляются справкой аудиторской проверки, в которой указываются объекты проверки, отмеченные нарушения и недостатки и перечень рекомендаций по их преодолению. Данная справка составляется в минимальном количестве экземпляров и предоставляется только с разрешения руководителя фирмы. В настоящее время во всем мире руководители фирм все чаще склоняются к созданию службы внутрифирменного аудита, поскольку гораздо дешевле предотвратить правонарушения собственными силами, чем потом бороться с их последствиями.

Жизненно необходимой является создание двух важнейших органов, обеспечивающих безопасность предпринимательской деятельности в России как на региональном, так и на федеральном уровне:

- единого банка данных, сосредотачивающего сведения о лицах, занимающихся противоправной, в том числе преступной, деятельностью, а также информационной сети со сравнительно свободным доступом пользователей;
- организации, объединяющей службы безопасности предпринимательских фирм, охранные и детективные службы.

Трудность создания данной организации заключается прежде всего в нежелании самих банков предоставлять собственную информацию, что связано как с высокой суммой оплаты за услуги, так и с вероятностью разглашения ряда конфиденциальных сведений.

Реально же в России действует Российская национальная служба экономической безопасности (РНСЭБ), которая по заказам банков и фирм собирает информацию об их российских и зарубежных партнерах (учредителях, основных направлениях деятельности, финансовом положении, кредитной истории, деловой репутации и т.д. Кроме того, РНСЭБ создала Институт безопасности предпринимательства (ИБП) с целью подготовки специалистов для различных коммерческих структур.

В России также существует Совет по безопасности предпринимательства РФ и Межведомственный центр экономической безопасности. Созданный в 1995 г. Совет по безопасности предпринимательства осуществляет деятельность по совершенствованию правового регулирования предпринимательской деятельности и ее охране, судебной защите прав и законных интересов предпринимателей, страхованию предпринимательских рисков, информационно-аналитическому обеспечению предпринимательской деятельности, развитию частной охранно-сыскной деятельности.

Объективные процессы, в основе которых лежит потребность обеспечения безопасности предпринимательской деятельности на всей территории России, проявляются в постоянном увеличении числа предпринимателей, участвующих в их деятельности.

Библиографический список

1. Афанасьев В.Г. Системность и общество. – М.: Политиздат, 1980. с. 24.
2. Ольшаный А.И. Банковское кредитование: российский и зарубежный опыт. - М.: Русская Деловая Литература, 1998. с. 288.
3. Ярочкин В.И. Секьюритология – наука о безопасности жизнедеятельности. – М.: Ось-89, 2000. с. 151.

ББК 65.29

ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ВЛИЯНИЯ ПАРАМЕТРОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА НА РОСТ СТОИМОСТИ БИЗНЕСА

А.В. Карпенко

Рубцовский индустриальный институт

В ходе затянувшихся экономических преобразований существенно изменились условия функционирования подавляющего большинства машиностроительных объединений. В сложившейся непростой ситуации эти предприятия разделяют трудности, испытываемые отраслью в целом, в частности, это сокращение заказа; неравномерность спроса на производимую технику и оборудование, обусловленная сезонностью их использования; изменение платежеспособного спроса на продукцию гражданского назначения. В подобных условиях встает задача выбора интегрального показателя, позволяющего оценить уровень устойчивого развития исследуемого предприятия и его конкурентоспособность, выявить на перспективу приоритетные стратегические направления, по которым оно должно развиваться, спрогнозировать необходимые объемы инвестиций для обеспечения динамичного роста бизнеса. Значительную роль в решении такой многовариантной задачи, на наш взгляд, играет критерий максимизации рыночной стоимости компании, в который интегрированы главные экономические и финансовые индикаторы, достаточно полно отражающие ее внутренние бизнес-процессы и внешнее окружение.

Вместе с тем, четко определено, что данный показатель представляет собой достаточно динамичную величину, достоверность и точность расчета которой обусловлена вариацией факторов, действующих в конкретных условиях места и времени. В крупных компаниях система факторов может включать значительное число переменных, управление которыми требует больших затрат, именно поэтому первостепенной задачей является определение наиболее значимых из них, на которые должны быть направлены основные усилия. Для этой цели подходит финансовый анализ, являясь ключевым этапом оценки, он служит основой понимания истинного положения предприятия, степени финансовых рисков и рычагов воздействия на его стоимость. Более того, объективная

картина финансового состояния предприятия, параметров его деятельности дает возможность наилучшим образом учесть степень разброса уровня будущих доходов, позволяя получить менее смещенные оценки на этапе прогнозирования денежных потоков, что является одной из наиболее сложных сторон доходного подхода.

Руководствуясь широко известными принципами комплексности и системности, мы выделили пять однородных по своему экономическому содержанию блоков, наиболее полно отражающих различные аспекты финансово-хозяйственной и производственной деятельности предприятий и обеспечивающих сопоставимость оценок компаний одной отрасли.

Первый блок представлен группой показателей, характеризующих имущественное состояние предприятий. Данный блок имеет особый интерес, поскольку изношенность основных фондов в отрасли достигла своего критического максимума, а резерв производственных мощностей составляет порядка 60%. Тревожит и тот факт, что нарастание объемов устаревшего оборудования, практически выработавшего свой ресурс, намного превосходит темпы вывода его из работы и обновления, что не может не сказаться на денежных потоках предприятий. Заметим также, что в отличие от предприятий других отраслей промышленности машиностроительный сектор имеет относительно низкий уровень фондоотдачи, что является свидетельством недостаточного уровня реализации продукции. Даже у таких отечественных предприятий-гигантов с многолетней историей, как ОАО «АвтоВАЗ» и ОАО «КамАЗ», показатель фондоотдачи не превышает 3 руб., ОАО «Уралтрансмаш» обеспечивает отдачу на вложенный капитал в основные средства на уровне 1,0 руб. Все это наводит на мысль о наличии высокой степени корреляции показателей фондоотдачи, обновления и выбытия основных фондов с величиной чистого денежного потока.

Второй блок содержит группу показателей, измеряющих финансовое благополучие и рыночную устойчивость компании. Смысловая нагрузка этого блока определяется необходимостью нахождения компромисса между желанием обезопасить себя от наступления крупных финансовых неудач, обеспечив сохранность прав владения предприятием в долгосрочной перспективе, и возможностью наращивать производство, материально-техническую базу на основе роста прибыли и капитала. Как показал анализ показателей, характеризующих структуру капитала, финансовая автономность большинства отечественных машиностроительных предприятий расценивается как неблагоприятная: нехватка собственных средств, усиление зависимости от внешних финансовых источников, перебои в поступлении денежных средств, трудности в самофинансировании. Однако, несмотря на наличие в структуре капитала компаний значительной доли заемных средств (порядка 70-75%), подрывающих их финансовую независимость, такая политика несет под собой вполне разумные основания: относительный объем привлекаемых предприятием заемных средств позволяет дополнительно усиливать изменения операционной прибыли, тем самым способствуя росту величины свободного денежного потока, а следовательно, и стоимости бизнеса.

Третий блок отражает группу показателей, непосредственно связанную с оценкой уровня платежеспособности и ликвидности предприятия. Не секрет, что для машиностроения показатели ликвидности остаются на достаточно низком уровне и не укладываются в диапазон рекомендуемых значений. Здесь, однако, следует заметить, что в реалиях российской действительности, где не существует обновляемой статистической базы оптимальных значений показателей ликвидности предприятий различных сфер деятельности, нормативы этих коэффициентов являются завышенными и вряд ли выполнимыми для большинства отечественных предприятий. Отметим тот факт, что, по данным Алтайкрайстата, значение коэффициента текущей ликвидности в среднем по предприятиям машиностроительного комплекса края в 2010 году не превышало 1,3. В то же время тенденция последних изменений сохраняет надежду на рост платежеспособности и возможность продолжать наращивать стоимость своего бизнеса в перспективе.

Четвертый блок включает группу показателей, отражающих финансовые результаты деятельности хозяйствующих субъектов. В частности, от уровня рентабельности зависят темпы обновления производственных фондов, величина дивидендных выплат, инвестиционная привлекательность и, как следствие, стоимость компании в целом. Заметим, что машиностроительным предприятиям в отличие от той же отрасли торговли или нефтяного бизнеса присущ низкий уровень рентабельности (порядка 2-3%), что объясняется в первую очередь малой загрузкой оборудования, трудностями реализации продукции, ошибочной ценовой политикой и др. В целом, давая оценку результатам деятельности алтайского машиностроения, следует сказать, что после провального 2009 года отрасль демонстрирует неплохие результаты, характеризуясь при этом значительной суммой оборотов и более эффективным контролем над издержками. В среднем уровень рентабельности продукции превысил 4% при уровне издержекоемкости продукции 83,3 коп.

Пятый блок – группа показателей, характеризующих деловую активность предприятий машиностроения. Данная группа позволяет оценить, насколько эффективно работает капитал, при этом акцент здесь делается на масштабности бизнеса, созданного на базе капитала, а не просто рентабельности. Подвергая рассмотрению данный блок, обратим внимание на длительный производственный цикл, характерный для предприятий машиностроения, низкую скорость оборачиваемости активов, превышение оборота кредиторской задолженности над оборотом дебиторской задолженности. В целом хочется подчеркнуть, что изменение деловой активности на рынке определяет изменение главной компоненты положительного денежного потока – объема поступления денежных средств от реализации продукции. Именно поэтому целенаправленное воздействие на данный параметр деятельности компании на основе согласованного развития ее составляющих в гармонии с внешней средой способствует экономическому росту, активизации денежного оборота и, в конечном счете, росту стоимости бизнеса.

Итак, проведя комплексную оценку эффективности деятельности предприятий, мы обозначили в первую очередь диапазон значений тех

показателей, которые составили декомпозицию факторов стоимости (рис. 1). Включение того или иного фактора в модель осуществлялось как с учетом тенденций, которые сложились на отраслевом уровне, так и на основе варибельности отдельных показателей и их стратегической значимости.

В первый уровень декомпозиции вошли финансовые показатели, степень влияния которых на стоимость бизнеса представляется наиболее существенной (напр., объем продаж или величина инвестированного капитала). Эти факторы следует рассматривать как общие, они прекрасно отражают различные аспекты обеспечения эффективной работы системы управления по созданию стоимости, но им не хватает конкретности, они мало пригодны на низовом уровне.

Второй уровень декомпозиции включает многочисленные вторичные факторы. Их влияние на результирующий показатель опосредованно, однако, пронизанные разветвленной системой горизонтальных и вертикальных связей, они способствуют реализации механизмов первичного комплекса факторов, проявляя или, наоборот, ограничивая потенциал заложенный в последних. В частности, на объем инвестированного капитала напрямую влияет величина основного и оборотного капитала, которая в свою очередь зависит от степени обновления и выбытия основных средств, оборачиваемости оборотных средств.

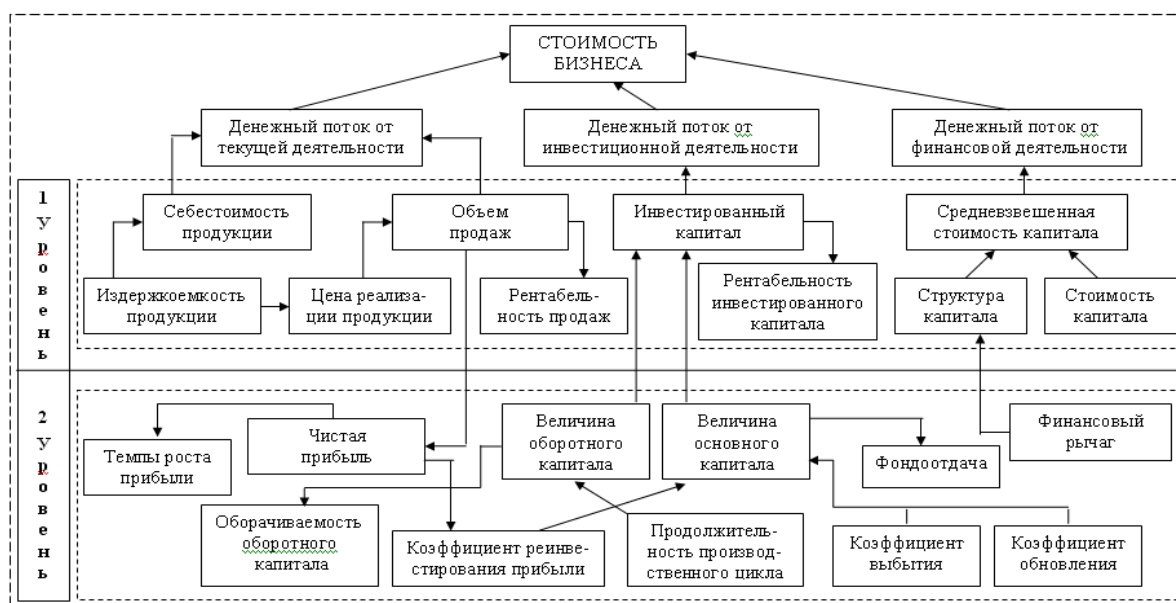


Рис. 1. Декомпозиция факторов, определяющих стоимость бизнеса

Сформированная таким образом финансовая модель факторов стоимости позволила оценить влияние факторов на величину чистого денежного потока (ЧДП) посредством расчета коэффициентов чувствительности (табл. 1). Для проведения базового эксперимента были выбраны два машиностроительных предприятия края – ОАО «Алтайвагон» и ОАО «АПЗ «Ротор». Поскольку расчеты осуществлялись для подпериодов, значениям каждого показателя в порядке возрастания был присвоен соответствующий ранг, а затем подсчитывался суммарный ранг для каждого фактора стоимости. Наилучшим считается фактор с минимальным значением суммарного ранга.

Из таблицы видно, что для исследуемых предприятий данному критерию соответствуют пять показателей. Наиболее сильное влияние из первичных факторов оказывает уровень издержкостоемкости продукции, причем для обоих предприятий этот фактор носит явно выраженный характер, что неудивительно, поскольку предприятия машиностроения являются ресурсоемкими. Среди вторичных факторов особо выделяются коэффициент финансового рычага, фондоотдача, продолжительность производственного цикла, оборачиваемость оборотного капитала. Отчетливо видно, что в различные периоды времени эти факторы имеют как положительный, так и отрицательный эффект. Влияние оставшихся показателей не столь существенно и в среднем не превышает 2-3% изменения величины ЧДП на каждый процент изменения фактора.

Таблица 1

Расчет степени влияния выделенных эндогенных факторов
на величину денежного потока

Показатель	Коэффициент эластичности			Значение ранга			Сумма рангов
	07/06	08/07	09/08	07/06	08/07	09/08	
ОАО «Алтайвагон»							
Уровень издержкостоемкости продукции	-20,21	32,49	-5,61	4	2	1	7
Рентабельность продаж	0,43	-2,24	0,37	9	9	9	27
Рентабельность инвестированного капитала	1,11	-7,75	0,80	7	6	7	20
Финансовый рычаг	42,20	31,74	1,70	2	3	3	8
Фондоотдача	2,76	-297,28	1,20	6	1	5	12
Коэффициент обновления	-5,01	-6,84	-2,96	5	7	2	14
Коэффициент выбытия	-0,53	-3,13	-1,03	8	8	6	22
Продолжительность производственного цикла	123,34	22,63	-0,54	1	4	8	13
Оборачиваемость оборотного капитала	-40,24	-14,29	1,46	3	5	4	12
ОАО «АПЗ «Ротор»							
Уровень издержкостоемкости продукции	-176,73	-1,59	46,82	1	3	3	7
Рентабельность продаж	-1,01	-0,19	0,38	9	8	9	26
Рентабельность инвестированного капитала	-6,50	-0,21	1,03	5	7	8	20
Финансовый рычаг	-16,65	-10,30	74,83	2	1	1	4
Фондоотдача	-5,23	-1,70	23,68	6	2	5	13
Коэффициент обновления	-1,71	-0,34	4,65	7	6	7	20
Коэффициент выбытия	-1,28	-0,17	5,71	8	9	6	23
Продолжительность производственного цикла	15,22	0,56	-36,52	3	5	4	12
Оборачиваемость оборотного капитала	-6,71	-1,51	-55,03	4	4	2	10

Таким образом, способность воздействовать на выявленные факторы позволит предприятиям повысить не только эффективность производственной деятельности (ускорить темпы роста промышленного производства, возврат инвестиций, рост величины свободного денежного потока), но и достигнуть целевого или желаемого значения стоимости бизнеса. Вся сложность здесь заключается в том, чтобы выстроить эти силы и их видимые эффекты таким образом, чтобы их воздействия и значения могли быть лучше поняты и включены в дальнейшую управленческую стратегию. Решение подобной задачи будет иметь большое значение как для дальнейших научных изысканий по формированию методологии устойчивого развития предприятия, так и для практики управления им.

Библиографический список

1. Промышленное производство в Алтайском крае. 2005-2009. Стат. сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю. – Б., 2011. – 165 с.

2. Социально-экономическое положение Алтайского края. 2010 год. Стат. доклад / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю. – Б., 2011. – 196 с.

УДК 658.15

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Е.В. Касаткина

Рубцовский индустриальный институт

Успешная деятельность, результаты работы и долгосрочная жизнеспособность любого предприятия зависят от непрерывной последовательности разумных решений управляющих. Каждое из этих решений в конечном итоге имеет экономические последствия в деятельности предприятия. В сущности, процесс управления любым предприятием – это серия экономических решений.

На современном этапе все большее число организаций осознают необходимость сознательного перспективного управления инвестиционной деятельностью на основе научной методологии предвидения ее направлений и форм, адаптации к общим целям развития предприятия и изменяющимся условиям внешней инвестиционной среды.

Инвестиционная деятельность является основой экономического роста любого предприятия и одной из важнейших сфер его деятельности. Инвестиции способствуют увеличению объемов производства, росту национального дохода, с их помощью развиваются и уходят вперед в экономическом соперничестве хозяйствующие субъекты, в наибольшей степени удовлетворяющие спрос на те или иные товары и услуги. Инвестиционная деятельность в той или иной степени присуща любому предприятию. При большом выборе видов инвестиций предприятие постоянно сталкивается с задачей выбора инвестиционного решения, которое должно согласовываться с его инвестиционной политикой.

Термин «политика» выражает совокупность целей и задач стратегического и тактического характера, а также механизма их реализации в какой-либо сфере деятельности. В соответствии с этим в финансовом менеджменте инвестиционная политика трактуется как часть общей финансовой стратегии предприятия, заключающаяся в выборе и реализации наиболее эффективных форм реальных и финансовых инвестиций с целью обеспечения высоких темпов его развития и расширения экономического потенциала хозяйственной деятельности. Объектом инвестиционной политики является весь комплекс отраслей предприятия, обеспечивающий воспроизводственный процесс научно-технического развития. Целью инвестиционной политики является обеспечение эффективных путей, которые позволят расширить активы предприятия для увеличения его рыночной стоимости [1, с. 348]. В теории инвестиций [4, с.

127] инвестиционная политика рассматривается как система мер, предусматривающая установление структуры и объемов инвестиций, направлений их использования и определение источников получения средств в сферах предпринимательской деятельности и отраслях экономики. По нашему мнению, такое ее определение не вполне полно, так как инвестиционная политика предполагает на основе сформулированных долгосрочных целей деятельности предприятия осуществить поиск новых перспективных сфер приложения свободного капитала, разработку инженерно-технологических, маркетинговых и финансовых прогнозов, разработку механизмов выполнения поставленных целей, оценку результативности альтернативных проектов, оценку последствий их реализации для предприятия, возможность корректировки разработанных инвестиционных планов.

Таким образом, формирование и реализация инвестиционной политики – достаточно сложный процесс, включающий поиск новых, более прибыльных инвестиционных возможностей, технические, технологические и маркетинговые исследования с целью предсказать последствия инвестирования и экономический анализ для определения потенциальной доходности каждого инвестиционного предложения, принципы формирования инвестиционной программы предприятия. При формировании инвестиционной программы важно учесть, что одобрение инвестиционных проектов возможно лишь на основе анализа всех имеющихся альтернатив. Принцип альтернативности основан на рыночном подходе и связан как с понятием ограниченности ресурсов в каждый данный момент времени, так и с вытекающим из него принципом конкурентности. Ценность любого принимаемого решения выражается через ценность наилучшей из возможных отвергнутых альтернатив данному решению, т.е., принимая решение о вложении определенной суммы в данный инвестиционный проект, приходится отказываться от ее другого использования. Здесь необходима тщательная обработка полученной в результате данного анализа информации, с тем чтобы принять наиболее эффективное решение.

При разработке инвестиционной политики определяется общий объем инвестиций, способы рационального использования собственных средств и возможности привлечения дополнительных денежных ресурсов. Инвестиционные проекты согласуются между собой по объемам выделяемых ресурсов и срокам реализации, исходя из достижения максимального общего экономического эффекта.

Для реализации целей и задач инвестиционной политики могут быть разработаны исключительно инвестиционные проекты или программы. Инвестиционная политика использует стандартные подходы для принятия решений при выборе и реализации инвестиционных проектов. Сначала анализируется внешняя и внутренняя среда инвестирования, формируются цели, приоритеты и критерии инвестиционного проекта. Затем создаются варианты инвестирования, из которых по критерию максимизации положительного эффекта при минимизации отрицательных последствий выбирается лучший. Создается

система управления, мониторинга и оценки результатов внедряемого проекта, связанная обратными связями со всеми предшествующими этапами.

Инвестиционная политика, проводимая на предприятии, охватывает следующие направления:

- реальные инвестиции, то есть капитальные вложения в основные фонды;
- финансовые инвестиции, которые осуществляются на срок более одного года в ценные бумаги других эмитентов или в уставные фонды совместных, дочерних или ассоциируемых предприятий;
- инновационные инвестиции, то есть вложения в нематериальные активы, которые обеспечивают внедрение научных достижений в практическую деятельность предприятий.

Основу инвестиционной деятельности большинства российских предприятий составляет реальное инвестирование. На большинстве из них это инвестирование является единственным направлением инвестиционной деятельности. Это определяет высокую роль управления реальными инвестициями в системе инвестиционной деятельности предприятия.

Осуществление реальных инвестиций характеризуется рядом особенностей, основными из которых являются:

- Реальное инвестирование является главной формой реализации стратегии экономического развития предприятия. Основная цель этого развития обеспечивается осуществлением высокоэффективных реальных инвестиционных проектов, а сам процесс стратегического развития предприятия представляет собой не что иное, как совокупность реализуемых во времени этих инвестиционных проектов. Именно эта форма инвестирования позволяет предприятию успешно проникать на новые товарные и региональные рынки, обеспечивать постоянное возрастание своей рыночной стоимости.

- Реальное инвестирование находится в тесной взаимосвязи с операционной деятельностью предприятия. Задачи увеличения объема производства и реализации продукции, расширения ассортимента производимых изделий и повышения их качества, снижения текущих операционных затрат решаются, как правило, в результате реального инвестирования. В свою очередь, от реализованных предприятием реальных инвестиционных проектов во многом зависят параметры будущего операционного процесса, потенциал возрастания объемов его операционной деятельности.

- Реальные инвестиции обеспечивают, как правило, более высокий уровень рентабельности в сравнении с финансовыми инвестициями. Эта способность генерировать большую норму прибыли является одним из побудительных мотивов к предпринимательской деятельности в реальном секторе экономики.

- Реализованные реальные инвестиции обеспечивают предприятию устойчивый чистый денежный поток. Этот чистый денежный поток формируется за счет амортизационных отчислений от основных средств и нематериальных активов даже в те периоды, когда эксплуатация реализованных инвестиционных проектов не приносит предприятию прибыль.

- Реальные инвестиции подвержены высокому уровню риска морального старения. Этот риск сопровождает инвестиционную деятельность как на стадии реализации реальных инвестиционных проектов, так и на стадии постинвестиционной их эксплуатации. Стремительный технологический прогресс сформировал тенденцию к увеличению уровня этого риска в процессе реального инвестирования.

- Реальные инвестиции имеют высокую степень антиинфляционной защиты. Опыт показывает, что в условиях инфляционной экономики темпы роста цен на многие объекты реального инвестирования во многих случаях даже обгоняют темпы роста инфляции, реализуя ажиотажный инфляционный спрос предпринимателей на материализованные объекты предпринимательской деятельности.

- Реальные инвестиции являются наименее ликвидными. Это связано с узкоцелевой направленностью большинства форм этих инвестиций, практически не имеющих в незавершенном виде альтернативного хозяйственного применения. В связи с этим компенсировать в финансовом отношении неверные управленческие решения, связанные с началом осуществления реальных инвестиций, крайне сложно.

При этом следует обратить внимание на организацию исследований и разработок – это широкий спектр инновационной деятельности предприятий, крупных корпораций. Речь идет о разработке нововведений и их внедрении. Именно успешное проведение исследований и разработок определяет качественную и количественную стороны стратегий предприятия – эффективный выход на рынок с новой продукцией, внедрение новых технологических и управленческих информационных технологий, обеспечивающих снижение издержек производства и др. Здесь возникает несколько организационных и экономических задач. Во-первых, необходимо иметь базу для проведения таких исследований. Во-вторых, следует создать предпринимательский интерес коллектива к разработке эффективных нововведений. В-третьих, необходимо решить задачу финансирования разработок нововведений и обеспечения эффективной реализации инвестиционных проектов.

Поскольку, как отмечалось выше, инвестиционные процессы зависят от многих факторов и параметров, в то время как сами выступают в качестве весьма важного, но, тем не менее, лишь одного из многих условий обеспечения экономического эффекта, представляется целесообразным при принятии инвестиционных решений и выработке инвестиционной политики руководствоваться не столько характером развития инвестиционных процессов, сколько характером их воздействия на текущую и перспективную деятельность хозяйствующих субъектов, определяющую их поведение в современных экономических условиях. Это приводит к необходимости использования при выработке инвестиционной политики нового направления в развитии инвестиционной теории – теории инвестиционного поведения.

В основе данной теории лежит представление о том, что каждый хозяйствующий субъект ведет себя рационально, стараясь максимизировать эффект от своей инвестиционной деятельности.

В настоящее время развиваются три основных направления развития теории инвестиционного поведения:

- выявление и формализация факторов внешней и внутренней среды функционирования предприятий, которые в той или иной степени могут повлиять на обоснование инвестиционных решений;

- идентификация и систематизация совокупности мотивационных критериев инвестиционного поведения субъектов хозяйствования, возникающих на различных этапах их инвестиционной деятельности;

- совершенствование подходов и методов прогнозирования отдельных параметров, связанных с мотивацией выбора альтернативного поведения предприятий при осуществлении инвестиционной деятельности [3, с. 13].

Эффективность инвестиционной политики предприятия. По нашему мнению, во многом зависит от возможности моделирования инвестиционного поведения с учетом как экономической, так и внеэкономической мотивации.

В качестве основных элементов экономической мотивации можно рассматривать ожидаемый уровень доходности и «норму процента на кредитном рынке». Безусловно, основным и наиболее важным побудительным мотивом инвестиционной деятельности является прибыль. Вместе с тем, современные теоретические и практические исследования показывают, что прибыль является не столь очевидным критерием привлекательности инвестиционной деятельности. В качестве такого критерия они рассматривают «чистую инвестиционную прибыль». Оценка степени влияния различных факторов внешней и внутренней среды на результативность инвестиционной деятельности позволяет выявить наличие устойчивой связи между уровнем чистой инвестиционной прибыли и уровнем инвестиционных рисков. Поскольку эти параметры по-разному влияют на проявление мотивации к осуществлению активной инвестиционной политики, необходимо учитывать уровень каждого из них и степень соотношения между ними. Таким образом, возникает необходимость определения не только степени ожидаемой доходности, но и степени ожидаемого инвестиционного риска. Поскольку инвестиционные процессы протекают во времени, необходимо учитывать характер влияния фактора времени на результативность инвестиционного решения путем приведения ожидаемой суммы чистой инвестиционной прибыли к сегодняшней стоимости. Кроме того, при разработке инвестиционной политики весьма важным является выбор источников финансирования инвестиций.

В соответствии с положениями рассмотренной системы мотивации можно сформировать модель инвестиционного поведения хозяйствующего субъекта, на основе которой формируется инвестиционная политика. Параметры модели инвестиционного поведения предприятия, как правило, содержат следующие основные элементы:

- мотивация накопления собственных инвестиционных ресурсов;

- мотивация использования накопленного капитала в инвестиционном процессе;

- мотивация альтернативного осуществления реальных и финансовых инвестиций [3, с. 16].

Моделирование инвестиционного поведения позволяет всесторонне исследовать мотивационный механизм ведения активной инвестиционной политики, формируемой в соответствии с целями и задачами, которые ставит перед собой предприятие. Однако практическая реализация такой модели требует осуществления прогнозных расчетов значительного числа индикаторов внешней и внутренней среды организации.

Вместе с тем, подобный подход представляется важным инструментом формализации параметров мотивационного механизма инвестиционного поведения субъектов и способен существенно улучшить качество управленческих решений при формировании инвестиционной политики предприятия, разработка которой играет большую роль в обеспечении эффективного развития организации. Эта роль заключается в следующем:

- инвестиционная политика обеспечивает механизм реализации долгосрочных общих и инвестиционных целей предстоящего экономического и социального развития предприятия в целом и отдельных его структурных единиц;

- она позволяет реально оценить инвестиционные возможности предприятия, обеспечить максимальное использование его внутреннего инвестиционного потенциала и возможность активного маневрирования инвестиционными ресурсами;

- она обеспечивает возможность быстрой реализации новых перспективных инвестиционных возможностей, возникающих в процессе динамических изменений факторов внешней среды;

- разработка инвестиционной политики учитывает заранее возможные вариации развития неконтролируемых предприятием факторов внешней среды и позволяет свести к минимуму их негативные последствия;

- обеспечивает соответствующую программу организационного поведения в рамках реализации наиболее важных стратегических инвестиционных решений;

- в рамках инвестиционной политики формируется значение основных критериальных оценок выбора реальных инвестиционных проектов и финансовых инструментов инвестирования.

Таким образом, эффективная инвестиционная политика позволит предприятиям достичь высоких темпов экономического роста и конкурентных преимуществ на рынке.

Библиографический список

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: Учебный курс. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2002. – 528 с.
2. Исабекова О. Теоретико-методологические подходы к определению сущности инвестиционного процесса// Инвестиции в России. – 2007. №8.
3. Перцухов В.И., Панасейкина В.С. Моделирование инвестиционного поведения экономических систем: монография. Краснодар: Изд-во ООО «Ризограф», 2007.

4. Царев В.В. Оценка экономической эффективности инвестиций. – СПб.: Питер, 2004. – 464 с.

ББК У29

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СИСТЕМЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.С. Комлева, Е.Г. Щербакова
Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарева, г. Саранск

В настоящее время обеспечение конкурентоспособного положения предприятия на рынке невозможно представить без осуществления маркетинговой деятельности. Организация маркетинга на всех уровнях иерархии управления рыночным субъектом становится неотъемлемым элементом предпринимательской деятельности любого предприятия. На наш взгляд, маркетинговая деятельность должна осуществляться независимо от того, в какой степени развиты рыночные отношения, так как увязывает внутреннюю и внешнюю деятельность фирмы, а также координирует взаимодействие всех субъектов, входящих в систему маркетинга: поставщики, посредники, конкуренты, потребители и непосредственно сама фирма. По мере интеграции маркетинговых инструментов в систему управления предприятием происходит трансформация его целей, т.е. необходимость формировать и постоянно развивать процесс обмена, чтобы сделать его взаимовыгодным для всех участвующих в нём партнеров.

Маркетинг используется для разработки и принятия предпринимательских решений, играет ключевую роль в системе управления, организации, планирования и контроллинга деятельности любого предприятия.

Планирование деятельности предприятия можно разделить на две основные стадии: разработка стратегии деятельности фирмы (стратегическое планирование) и определение тактики реализации выработанной стратегии (оперативное планирование). Стратегическое планирование маркетинга является одной из главных составляющих общего стратегического плана предприятия.

Сегодня внедрение маркетинговой концепции является условием гибкого приспособления производственной, финансовой, торговой, сбытовой, кадровой и иной деятельности предприятия к постоянно изменяющейся ситуации на рынке и к требованиям потребителей товаров и услуг.

В основе маркетинговой деятельности предприятия лежит разработка комплекса маркетинга. Его определяют как совокупность управляемых параметров маркетинговой деятельности, манипулируя которыми руководство организации старается наилучшим образом удовлетворить потребности рыночных сегментов.

Составляющими комплекса маркетинга являются:

- товарная политика;
- ценовая политика;
- коммуникационная политика;
- сбытовая политика.

Рассмотрим подробнее, как каждая из этих маркетинговых переменных влияет на конкурентоспособность предприятия.

В основе конкурентоспособности любой организации лежит создание конкурентоспособных товаров, отвечающих требованиям рынка и потребителей. Возможность компании конкурировать на определённом товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара. Совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, способствующих созданию превосходства данного товара перед товарами-конкурентами в удовлетворении конкретной потребности покупателя, определяет конкурентоспособность товара [8, с. 245]. Конкурентоспособность товара является главным исходным фактором увеличения доли рынка и роста прибыли от его продажи, улучшения экономического положения организации и других её показателей.

Выделяют следующие основные факторы, обуславливающие конкурентоспособность товара:

- цена;
- качество;
- сервис;
- маркетинговое окружение.

Под маркетинговым окружением понимается состояние расширенных характеристик товара (маркетинг-логистика, реклама, упаковка, брендинг, имидж и т.д.).

Усиление конкурентной борьбы заставляет товаропроизводителей изучать конкурентоспособность товаров непрерывно и систематически, в тесной взаимосвязи с фазами жизненного цикла, для своевременной реакции на снижение показателя конкурентоспособности и принятия соответствующих решений.

Производитель, создавая конкурентоспособный товар, применяет различные стратегии. Он, например, может:

- добиться отличия товаров предприятия в глазах покупателей от товаров конкурентов;
- выбрать из намеченных к производству товаров один, являющийся наиболее привлекательным для всех покупателей, и осуществлять на этой основе прорыв на рынок;
- отыскать новое применение выпускаемым товарам;
- найти выход на новые рынки как со старыми, так и с новыми товарами;
- осуществлять модификацию выпускаемых товаров в соответствии с новыми вкусами и потребностями покупателей;
- регулярно развивать и совершенствовать систему сервисного обслуживания реализуемых товаров и систему стимулирования сбыта в целом.

Следует заметить, что любой товар после выхода на рынок начинает постепенно расходовать свой потенциал. Этот процесс, конечно, можно замедлить и временно задержать, но остановить невозможно. Поэтому ключевым моментом в завоевании позиций на рынке, относительно конкурентов, является своевременное обновление производимых товаров, а также разработка и выведение новых видов продукции.

Инновация товара является основой устойчивой и стабильной деятельности предприятия. Потребность непрерывного обновления товарного ассортимента обусловлена постоянными изменениями конкуренции и конкурентных отношений, развитием техники и технологий, изменением отношения потребителей к товару. Однако следует отметить, что только 10% всех новых товаров являются действительно новыми и называются товарами мировой новизны. Разработка таких товаров, организация их производства и вывода на рынок требует больших затрат и сопряжена с повышенным риском. Изменение жизненного цикла выпускаемых товаров, необходимость поддержания запланированного объёма продаж и их динамики требуют от производителей поиска других путей повышения конкурентоспособности товара. Одним из таких путей нередко становится усовершенствование и модификация производимых продуктов. Это позволяет фирмам-производителям расширить сферы применения существующих товаров и привлечь новых покупателей для их покупки, тем самым обеспечив себе получение большей прибыли.

В условиях напряженной конкурентной борьбы основным конкурентным преимуществом выступает качество товара. Именно качество является фундаментом конкурентоспособности продукции предприятия. Поддержание качества товаров на высоком уровне дает компаниям возможность положительной оценки всей их деятельности со стороны потребителей.

Следующая составляющая комплекса маркетинга, влияющая на конкурентоспособность предприятия, – это цена и ценовая политика фирмы. Цена представляет собой денежное выражение ценности продукта, услуги, фактора производства в процессе обмена.

В настоящее время наблюдается усиление роли ценовой политики в обеспечении конкурентоспособности предприятия, что объясняется следующими обстоятельствами: во-первых, выход на рынок увеличивающегося числа производителей и глобализация конкуренции втягивают ранее укрепившиеся фирмы в «ценовые войны». Во-вторых, новые конкуренты при одинаковом качестве продукции пытаются захватить рынки посредством значительно более низких цен. В-третьих, возможности дифференциации продуктов через определенный промежуток времени ограничены, вследствие чего качество продукции становится одинаковым и товарная политика уступает своё значение ценовой политике.

Цена и все остальные элементы комплекса маркетинга должны функционировать в тесной взаимосвязи друг с другом. Несогласованность действий этих элементов приносит предприятию немалые потери. Качественное исполнение, продвижение и распределение товара не обеспечат фирме успех, если ценовая политика разработана плохо.

Цена является центральным элементом конкурентной стратегии предприятия, которая включает в себя разработку мероприятий, направленных на выживание и победу в борьбе с конкурентами на рынке конкурентной продукции. Чтобы достичь этих целей, предприятие должно осуществить внутреннюю оценку своих ресурсов и возможностей в сравнении с конкурентами, чтобы выявить свои слабые и сильные стороны. Предприятию также необходимо осуще-

ствить внешнюю оценку характера и устойчивости движущих сил конкуренции на конкретных рынках. Рассмотрение этих факторов завершается выработкой общей конкурентной стратегии предприятия, основанной либо на лидерстве в области затрат в целом по отрасли, либо на дифференциации продукта, либо на более узконаправленной деятельности, нацеленной на получение конкурентных преимуществ на ограниченном сегменте рынка. Чтобы добиться победы в конкурентной борьбе за потребителя на прибыльной и долговременной основе, предприятие должно в зависимости от природы рынка добиваться эффективности своих затрат или предлагать такую продукцию, которую покупатели предпочтут продукции других производителей. Позицию предприятия в конкурентной среде можно представить в виде стратегического треугольника, изображенного на рисунке 1.

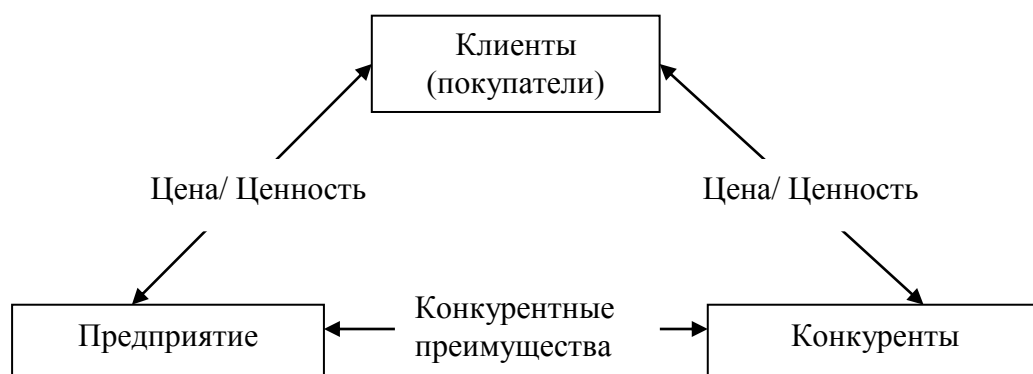


Рис. 1. Стратегический треугольник

Предприятие в этом треугольнике находится в тесной связи с клиентами и конкурентами, и эта связь определяется ценностью продукта и требуемой ценой. Для успешного функционирования в конкурентной среде предприятию необходимо хорошо знать все стороны треугольника и возможные отношения между ними.

Важным при рассмотрении цены как элемента конкурентной стратегии являются различные подходы к её определению: стартовать от цены продукта и выводить цену или начинать с целевой цены и, исходя из нее, разрабатывать продукт.

Снижая цену на товар или услугу, фирма приобретает возможность укрепить свои позиции по сравнению с конкурентами. Повышение цены товара или услуги приводит к понижению уровня её конкурентного преимущества. Если же предприятие удерживает цену своих товаров на уровне цен конкурентных товаров, то более высокое качество обеспечивает ему лидирующее положение на рынке и позволяет увеличить численность потребителей и соответственно размер занимаемой фирмы. Таким образом, с помощью изменения цен фирма может создать конкурентное преимущество, цена также позволяет выявить конкурентную позицию продукта предприятия, то есть определить, какие другие продукты являются его конкурентами.

Кроме уже вышеперечисленных инструментов маркетинга на конкурентоспособность предприятия большое влияние оказывает сбытовая политика фирмы.

Выбор канала сбыта – одно из важнейших решений в деятельности предприятия, которое в дальнейшем оказывает влияние на все остальные решения, принимаемые в области маркетинга.

Канал сбыта – это совокупность организаций или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать другому субъекту право собственности на конкретные товары или услугу на их пути от производителя к потребителю.

Существует два варианта: прямой контакт предприятия-производителя с потребителем и контакт через посредников.

Прямой контакт не включает посредника, так как производитель с помощью собственных внутренних и внешних образований передает товар непосредственно потребителям. Для фирмы-производителя стремление не привлекать посредников, с одной стороны, приводит к росту транспортно-складских затрат, а с другой – укрепляет и координирует связи с потребителями. Организация сбыта без посредников чаще используется при реализации сложной технической продукции.

Если фирма-производитель выбирает для себя контакт через посредников, то в данном случае на посредника возлагается не только сбыт товара, что позволяет производителю снижать затраты по транспортировке и хранению товара, планировать заранее издержки сбыта, но и послепродажное обслуживание. И в то же время лишает предприятие непосредственного взаимодействия с потребителями, снижает эффективность использования обратных связей с клиентами.

Выбор альтернативного варианта системы распределения, который бы в большей степени влиял на конкурентоспособность предприятия, зависит от различных факторов, во многом – от назначения, характера товара, финансового потенциала, имиджа фирмы-производителя и так далее.

На наш взгляд, для обеспечения конкурентоспособности предприятия целесообразен выбор не одного какого – либо канала, а наилучшая комбинация этих каналов, принимая во внимание развитие долгосрочных отношений с партнёрами.

Особое место в обеспечении и поддержании конкурентоспособности в целом занимает сервис и гарантийное обслуживание, представляющие собой услуги, которые предоставляются покупателям до и после приобретения того или иного товара. Отсутствие данных составляющих во многом снижает потребительскую ценность товара в сознании потребителя, что отражается на уровне конкурентоспособности товара. Возрастающее значение сервисного обслуживания потребителей обусловлено следующими причинами:

- ростом конкуренции на товарных рынках;
- возрастанием желания покупателей иметь возможности для решения проблем, возникающих в процессе использования товара;
- усложнением процесса эксплуатации товара.

Хорошо отлаженный сервис позволяет, во-первых, привлекать покупателей, во-вторых, повышает конкурентоспособность сбыта продукции, в-третьих, формирует имидж предприятия. Благодаря сервисному обслуживанию фирма создает благоприятные, доверительные отношения с покупателями, формирует основы для продолжения эффективных коммерческих коммуникаций. Налаженное сервисное обслуживание создает определенное конкурентное преимущество для товаропроизводителя перед конкурентами, что способствует повышению общей конкурентоспособности фирмы.

На сегодняшний день, коммуникации являются неотъемлемым инструментом маркетинга для всех предприятий.

Коммуникационная политика фирмы представляет собой систему, обеспечивающую передачу информации о товаре или самой компании её действующим и потенциальным потребителям, с целью продвижения товара на рынок или создания положительного имиджа компании и её товаров.

Основным направлением коммуникационной политики предприятия как наиболее эффективного инструмента повышения конкурентоспособности является завоевание доверия потребителей и формирование потребительских предпочтений. Однако в процессе коммуникаций помимо информирования потребителей о товарах и деятельности фирмы не менее важно информирование других субъектов маркетинговой системы, без которых организация маркетинговой деятельности невозможна. Поэтому реализация коммуникационной политики должна базироваться не только на использовании различных средств продвижения продукции, но и на использовании мероприятий по мотивации партнёров для активного участия на каждом уровне коммуникативного процесса.

Рост рынков средств коммуникаций, появление новых коммуникационных инструментов приводят к увеличению затрат на коммуникационные процессы. В такой ситуации коммуникации становятся фактором успеха в конкурентной борьбе. Предприятия вынуждены согласовывать между собой множество коммуникативных процедур, чтобы создать положительный имидж фирмы. Продвижение осуществляется с помощью механизма информирования, воздействия убеждением, стимулирования покупателей, вовлечения их в процесс покупки, купли-продажи. Механизм продвижения приводится в действие с помощью комплексного инструментария, в состав которого входят: реклама, стимулирование сбыта, личные продажи, PR, директ-мейл. Выбор оптимального сочетания вышеперечисленных инструментов позволяет значительно расширить возможности и повысить эффективность коммуникаций в целях повышения конкурентоспособности организации.

Реализация эффективной коммуникационной политики позволяет достичь следующих результатов:

- завоевание на рынке определенной ниши для конкретного товара;
- обеспечение прибыли в краткосрочном и долгосрочном периоде;
- увеличение числа новых покупателей;
- увеличение числа лояльных покупателей.

Таким образом, маркетинговые инструменты позволяют своевременно реагировать на все изменения, происходящие на рынке. В современных рыночных

условиях комплекс маркетинга применяется при планировании маркетинговых мероприятий. При лидирующей позиции маркетинга на предприятии, разработке всех его инструментов, каждый из которых в разной степени влияет на уровень конкурентоспособности, предприятие, добиваясь решения поставленных целей и задач, сможет успешно осуществлять коммерческую деятельность.

ББК -5*65.2/4 – 65.9: 65.292

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Л.В. Кулешова

Ставропольский государственный аграрный университет

Необходимым условием развития предпринимательства является наличие системы планирования и управления. Управление любой системой реализуется как процесс, подчиняющийся определенным закономерностям. Для малых торговых предприятий важной задачей является управление оборотными активами, и особенно товарными запасами. Эта задача состоит в отыскании оптимальных значений уровня запасов и размера заказа.

Современная экономическая ситуация в стране ставит перед малыми предприятиями трудные задачи, поиск решений которых требует профессионализма и компетенции управляющего звена. Решения принимаются в агрессивной рыночной среде. Процессы принятия оперативных решений занимают важнейшее, иерархически главное место в структуре управленческой деятельности, так как именно они в наибольшей мере определяют и содержание этой деятельности, и ее результаты.

Общей целью торговых организаций является обеспечение населения необходимыми товарами, то есть удовлетворение спроса населения на те или иные товары, освобождение производителей от необходимости заботиться о сбыте продукции. Для того чтобы желания потребителей были удовлетворены в полном объеме, торговые организации должны обеспечить бесперебойную реализацию. Процесс реализации на предприятиях розничной торговли требует постоянного наличия оборотных активов. Наиболее важными из них являются товарные запасы. Поэтому вопросу управления запасами отводится ведущее место. Формирование рационального размера товарных запасов позволяет торговому предприятию обеспечивать устойчивость ассортимента товаров, осуществлять определенную ценовую политику, повышать уровень удовлетворения спроса покупателей и высвободить оборотные средства, «замороженные» в виде нерентабельных товарных запасов [4].

Процесс управления запасами следует начинать с изучения основных моделей управления запасами (статистические детерминированные модели без дефицита и с дефицитом, стохастические модели управления запасами), которые в большей степени применимы для крупных предприятий. Для малых же предприятий наиболее важным является процесс определения рациональной структуры товарных запасов и целесообразного уровня торговой надбавки. Сроки же поставки зачастую строго ограничены из-за близкого нахождения по-

ставщиков и наличия на их складах необходимых товаров в требуемом количестве [2].

Размер товарных запасов в значительной степени определяется объемом и структурой товарооборота торгового предприятия. Поддержание оптимальной пропорции между величиной товарооборота и размерами товарных запасов – одна из важных задач торговых предприятий.

Предпринимательская деятельность осуществляется в различных условиях и под влиянием множества изменяющихся факторов. Математические взаимосвязи и взаимозависимости, присущие явлениям, факторам и процессам, можно отобразить на основе корреляционного моделирования или факторного анализа. Для изучения детерминированных моделей могут применяться любые аналитические приемы и способы, соответствующие типу модели [5].

В результате проведенного корреляционно-регрессионного анализа нами была получена корреляционная зависимость, представленная в таблице 1.

Таблица 1

Корреляционная зависимость уровня прибыли от отдельных факторов в малом торговом предпринимательстве

Фактор (признак)	Уравнение регрессии	Статистическая характеристика
Y – Прибыль от реализации товаров	$Y = -78,68 + 0,16X_1 - 0,36X_2 + 0,09X_3$	R = 0,81047 D = 0,65686
X ₁ – Покупная стоимость товаров		
X ₂ – Коммерческие расходы		
X ₃ – Товарные запасы		

Проведенный корреляционно-регрессионный анализ взаимосвязи покупной стоимости товаров, коммерческих расходов, объема товарных запасов и суммы полученной прибыли показал, что данное влияние обусловлено на 65,7% при высокой тесноте связи. Это свидетельствует о прямом влиянии размера товарных запасов и покупной цены товаров на прибыль малых торговых предприятий, а следовательно, и на развитие предпринимательской деятельности в отрасли торговли. Эта зависимость и легла в основу экономико-математического моделирования прибыли.

Таким образом, финансовый результат деятельности торговых предприятий во многом зависит от правильности определения рационального уровня товарных запасов. Так, если на предприятии обеспечена бесперебойная торговля при низком уровне запасов, обеспечивается своевременный завоз товаров и постоянный контроль за ходом реализации, то это положительно отражается на финансовых результатах деятельности организации. Однако нельзя допускать снижения количества товарных запасов до уровня, который может привести к перебоям в торговле отдельными товарами. Следует отметить, что замедление реализации, неравномерность пополнения товарных запасов или завоз товаров в количестве, превышающем потребности предприятия, может привести к снижению оборачиваемости оборотных средств, а следовательно, и к ухудшению финансового положения фирмы. Кроме того, следствием длительного хранения

может стать накапливание труднореализуемых и неходовых товаров; излишние запасы вызывают дополнительные потери, увеличение потребности в кредитах и рост расходов по выплате процентов по ним, что в совокупности ухудшает общее финансовое состояние торговых предприятий.

Для оперативного управления товарными запасами нами была предложена группировка непродовольственных потребительских товаров исходя из цен их реализации, частоты выбытия в сферу потребления и отрицательных последствий их нехватки для розничного оборота:

1. Группа А – товары стоимостью до 150 рублей.

К этой группе относятся наиболее востребованные в повседневной жизни товары, то есть товары первой необходимости. Такие товары, как правило, имеют небольшой срок эксплуатации, поэтому потребность в них возникает чаще, чем в товарах других групп.

Количество таких товаров, проданных за день, зачастую в 6-15 раз превышает количество реализованных товаров остальных групп в совокупности. Однако из-за невысокой стоимости товаров группы А их доля в розничном обороте не всегда велика, хотя и размер надбавки может достигать 50-110%.

Контроль за движением товаров этой группы осуществлять достаточно сложно, так как их количество велико, поэтому предприятию необходимо определить норму поступления таких товаров в единицу времени (неделя, декада, месяц) на достаточно длительный период. Необходимо обеспечить постоянное наличие товаров группы А, потому что их отсутствие может существенно сказаться на розничном обороте.

2. Группа Б – товары стоимостью от 150 до 500 рублей.

Ко второй группе относятся товары, которые имеют меньший спрос, чем товары группы А, поскольку применяются не ежедневно либо могут использоваться в течение продолжительного периода времени, поэтому их количество в запасах предприятия должно быть меньше, чем товаров первой группы.

Анализ показал, что товары этой группы хоть и реализуются в меньшем количестве, однако за счет своей большей стоимости они обеспечивают от 20 до 45% розничного оборота, а надбавка в среднем достигает 50%. Запасы товаров этой группы необходимо контролировать не реже 1 раза в месяц.

3. Группа В – товары стоимостью от 500 до 1000 рублей.

Товары группы В служат длительный период времени, поэтому потребность в них возникает редко. Поскольку объем реализации таких товаров обычно небольшой, то и запасы их должны быть небольшими, хотя и разнообразными. Контроль за движением товаров группы В должен осуществляться не реже, чем один раз в квартал, чтобы не допустить затоваривания магазинов товарами этой группы.

В процессе исследования нами было выявлено, что товары этой группы обеспечивают лишь 8-17% в общем объеме выручки предприятия, а надбавка на них колеблется от 15 до 37%, то есть они не оказывают существенного влияния на финансовые результаты деятельности малых предприятий розничной торговли.

4. Группа Г – товары стоимостью свыше 1000 рублей.

Товары группы Г включают наиболее дорогостоящие товары, которые требуют постоянного мониторинга в связи с серьезностью последствий, вызываемых их недостатком или излишком. Количество такого рода запасов ограничено, и зачастую они должны быть лишь в единственном экземпляре, поэтому контроль за их состоянием требуется осуществлять еженедельно. Надбавка на товары данной группы варьирует в пределах 10-30%, ее нельзя делать очень высокой, поскольку покупная стоимость товара и так высока. Однако стоит отметить, что изучение спроса на данную группу товаров и осуществление контроля за его движением имеет важное значение для деятельности торговой фирмы, так как, продав 1-5 штук таких товаров, можно обеспечить от 60 до 100% дневной выручки предприятия.

Стоимостные границы оценки товарных запасов являются условными, поскольку они были определены для малых предприятий, осуществляющих розничную торговлю непродовольственными потребительскими товарами. Они могут меняться вследствие изменения ценовой политики, роста уровня инфляции, увеличения покупной стоимости товаров, а также влияния прочих факторов.

Итак, предложенная нами система группировки товарных запасов позволяет более рационально осуществлять контроль за их движением. Основной контроль должен концентрироваться на наиболее важной их категории с точки зрения обеспечения бесперебойного осуществления оборота товаров и формирования конечных финансовых результатов.

Для определения влияния структуры товарных запасов на прибыль предприятия нами были определены изменения структуры товарной продукции на модельном предприятии. Состояние товарных запасов в разрезе товарных групп и влияние структурных сдвигов на изменение уровня валового дохода представлено в таблице 2. Расчет был произведен методом цепных подстановок, использована следующая факторная модель:

$$Y_{\text{вд}} = \sum D_i \times Y_{\text{вд}_i}, \quad (1)$$

где D_i – структура товарооборота;
 $Y_{\text{вд}}$ – уровень валового дохода.

Как уже отмечалось выше, уровень валового дохода является для торговли показателем цены, изменяя который предприятие может увеличивать или сокращать объем спроса.

Анализируя данные, полученные в таблице 2, следует учесть, что структура товарной продукции не является оптимальной, поскольку в сравниваемые годы прибыль была не самой большой, что говорит о нерациональном подборе товарных групп.

Таким образом, вследствие изменений в структуре товарных запасов уровень валового дохода увеличивается на 0,22 процентных пункта, увеличение потоварных уровней валового дохода положительно сказалось на общем уровне

валового дохода в размере 2,25 процентных пункта. Мы видим, что предприятие выбрало правильную стратегию в управлении оборотным капиталом (увеличение количества товаров групп А и Б, при одновременном сокращении числа товаров групп В и Г), которая оказывает положительное влияние на рост валового дохода, что обеспечивает постепенное развитие предприятия.

Таблица 2

Анализ влияния структурных сдвигов на изменение
уровня валового дохода

Товарная группа	Уровень валового дохода, % ($Y_{вд}$)		Изменение уровня	Структура товарных запасов		Изменение удельного веса	Влияние структуры на $Y_{вд}$	Влияние потоварных уровней валового дохода по группам на $Y_{вд}$
	2005	2009		2005	2009			
А	5,8	8,3	+2,5	27,7	30,8	+3,1	+0,18	+0,770
Б	3,4	6,7	+3,3	21,7	29,3	+7,6	+0,26	+0,967
В	2,7	3,5	+0,8	24,8	20,5	-4,3	-0,12	+0,164
Г	1,6	3,4	+1,8	25,8	19,4	-6,4	-0,10	+0,349
Итого	13,5	21,9	+8,4	100	100	-	+0,22	+2,25

Так, валовой доход возрос в результате увеличения объема продаж и структурных сдвигов в ассортименте в направлении увеличения удельного веса товаров группы А на 3,1%. Валовой доход возрос также и в результате увеличения объема продаж товаров группы Г и структурных сдвигов в направлении увеличения удельного веса этой группы товаров на 7,6%.

На изменении валового дохода отрицательно сказалось незначительное увеличение торговой надбавки на товары группы В (0,8%) и Г (1,8%), и результатом увеличения надбавки стало снижение объема розничного оборота от реализации данных групп товаров.

На основе изученных данных нами были сделаны следующие обобщения и рекомендации:

1. Изучение состава и структуры товарных запасов следует проводить в целях уточнения количества товаров каждого вида, так как обеспечение необходимого уровня товарных запасов является условием привлечения покупателей.

2. Оценка состояния товарных запасов требует систематического контроля. Он должен быть направлен, прежде всего, на недопущение снижения размера товарных запасов ниже необходимого минимума; соблюдение установленных сроков их хранения; обеспечение в составе запасов всех предусмотренных разновидностей товаров; своевременное размещение заказов на пополнение товарных запасов и вовлечение в товарооборот излишне сформированных их видов.

3. Основой для определения ассортимента товаров, их цены и объема должна стать оценка жизненного цикла товара. Зачастую снижение спроса на товар является следствием его устаревания, поэтому необходимо учитывать

жизненный цикл товара, который служит основой для принятия практических решений об обновлении ассортимента и объемах товарных запасов.

Прибыль малого предприятия торговли во многом определяется рациональным соотношением между товарами различных групп и уровнем торговой надбавки. Математические взаимосвязи и взаимозависимости были определены на основе корреляционного моделирования.

В качестве результативного признака (Y) взята прибыль от реализации товаров изучаемой группы, признаками-факторами являются уровень торговой надбавки (X_1) и количество реализованных товарных запасов отдельно взятой группы (X_2).

Изучаемые формы взаимосвязи между результативным признаком и признаками-факторами – прямолинейные.

Анализ проводится на основе статистических характеристик, которые включают в себя номера введенных переменных, их средние значения, среднеквадратичные отклонения, парную корреляцию, коэффициенты регрессии и значения критерия Стьюдента для каждой переменной, свободный член, коэффициент множественной корреляции и коэффициент множественной детерминации.

Для товаров группы А статистические характеристики уравнения регрессии имеют следующие значения: коэффициент множественной корреляции $R_1 = 0,93373$, коэффициент множественной детерминации $D_1 = R^2 = 0,871853$. Это значит, что факторы, включенные в модель, на 87,2% определяют уровень изменения прибыли от реализации товаров (Y). Статистические характеристики уравнения регрессии для товаров группы Б составили $R_2 = 0,96199$ и $D_2 = 0,925417$; для товаров группы В – $R_3 = 0,95183$ и $D_3 = 0,906025$; для товаров группы Г – $R_4 = 0,95925$ и $D_4 = 0,920160$.

Анализ уравнений регрессии означает, что увеличение переменных X_1 (торговая надбавка), X_2 (количество реализованных товарных запасов) на единицу измерения вызывает соответственно увеличение прибыли от реализации товаров на 0,67 и 0,87 % – для товаров группы А; 0,81 и 0,66% – для товаров группы Б; 0,39 и 0,83% – для товаров группы В и 1,04 и 0,77 – для товаров группы Г.

Статистические характеристики уравнения регрессии имеют следующие значения:

- коэффициент множественной корреляции во всех изучаемых случаях больше 0,9, то есть близок к 1, что показывает очень тесную связь между результативным показателем и факторами, включенными в модель;

- коэффициент множественной детерминации $D_1 = 0,871853$ означает, что для товаров группы А 87,2% вариаций уровня прибыли от реализации товаров учтены уравнением регрессии и 12,8% приходится на долю неучтенных факторов; для товаров группы Б на учтенные факторы приходится 92,5% вариаций; для товаров группы В – 90,6% вариаций; для товаров группы Г – 92%. Таким образом, факторы, включенные в модель, в среднем на 91% определяют изменения прибыли от реализации товаров, остальные 9% вариаций приходятся на неучтенные факторы.

- нормированный коэффициент линии регрессии для переменных X_1 и X_2 соответственно равен: для группы А – 0,69902 и 0,65030; для группы Б – 0,85950 и 0,38383; для группы В – 0,51724 и 0,74367; для группы Г – 0,53898 и 0,77132.

- порционные коэффициенты детерминации для группы А соответственно равны 0,46879 и 0,40306, следовательно, можно сказать, что X_1 на 46,9% определяет уровень прибыли от реализации товаров, а X_2 – на 40,3%; для группы Б – X_1 определяет уровень прибыли на 75,8%, а X_2 – на 16,7%; для группы В – X_1 определяет уровень прибыли на 31,0%, а X_2 – на 59,6%; для группы Г – X_1 определяет уровень прибыли на 30,8%, а X_2 – на 61,2% [3].

Проведенный нами корреляционно-регрессионный анализ взаимосвязи размера торговой надбавки, объема реализованных товаров и прибыли от реализации товаров выявил очень тесную связь между этими признаками, а следовательно, объем товарных запасов и размер торговой надбавки оказывают непосредственное влияние на формирование прибыли малых предприятий розничной торговли.

В результате анализа нами были получены корреляционные зависимости, представленные в уравнениях регрессии в таблице 3, также определены оптимальные и прогнозируемые данные по изучаемым факторам.

Таблица 3

Результаты решения задачи по оптимизации структуры товарных запасов и прогнозирования прибыли

Группа товаров	Уравнение регрессии	Целесообразный уровень надбавки, % (X_1)	Рациональная структура товарных запасов, % (X_2)	Прогнозируемая структура прибыли, % (Y)
Группа А	$Y_1 = -16,02 + 0,67 X_1 + 0,87 X_2$	33,36	37,11	38,62
Группа Б	$Y_2 = -13,71 + 0,81 X_1 + 0,66 X_2$	28,10	25,67	25,99
Группа В	$Y_3 = -9,70 + 0,39 X_1 + 0,83 X_2$	26,95	16,38	14,41
Группа Г	$Y_4 = -19,24 + 1,04 X_1 + 0,77 X_2$	23,24	20,84	20,98
ИТОГО	-	-	100,00	100,00

Для составления прогноза прибыли был использован метод экспоненциального сглаживания. Этот метод является эффективным методом среднесрочного прогнозирования. Он позволяет построить такое описание процесса, при котором более поздним наблюдениям придаются большие веса по сравнению с ранними наблюдениями, причем веса наблюдений убывают по экспоненте [1].

Для расчета прогнозируемых данных для каждого из факторных признаков были определены коэффициенты прямой $y = a_0 + a_1 t$ по методу наименьших квадратов, параметр сглаживания (α), экспоненциальные средние ($S_t^{(1)}, S_t^{(2)}$), значения коэффициентов линейной зависимости для тренда (a_0, a_1), прогнозируемые значения (y_t^*), отклонения от фактического значения ($\Delta y^* = y_t^* - y_t$), окончательные модели прогноза ($y_{1+\ell} = a_0 + a_1 * \ell$).

При оценке уровня торговой надбавки следует учесть, что она может быть изменена под влиянием спроса, поскольку при повышении заинтересованности потребителей в определенном виде товара предприниматель может увеличивать размер торговой надбавки, а при снижении – уменьшать. Так, надбавка на товары группы А в среднем должна составлять 33,4%, на товары группы Б – 28,1% , на товары группы В – 27,0%, на товары группы Г – 23,2%. Результаты решения модели указывают на то, что при увеличении стоимости товара размер торговой надбавки снижается, как это уже было отмечено выше, при группировке товаров.

Определенная нами рациональная структура товарных запасов подтверждает важность товаров группы А при формировании прибыли малых предприятий розничной торговли. Именно эти товары занимают наибольший удельный вес в структуре товарных запасов (37,11%). Они имеют наименьшую стоимость, но при этом являются наиболее рентабельными, и доля прибыли от их реализации наибольшая (38,62%). Количество товаров группы В должно быть наименьшим, а их доля в общем объеме запасов не должна превышать 17%. Товары групп Б и Г в общей структуре запасов должны составлять 25,67% и 20,84% соответственно.

На основании полученных данных нами был определен прогноз изменения уровня прибыли от реализации товаров, а также другие финансовые показатели деятельности малых предприятий розничной торговли Ставропольского края с учетом рационального уровня товарных запасов и целесообразного размера торговой надбавки (таблица 4). Для определения изменений в структуре прибыли была взята средняя прибыль от реализации товаров малых предприятий торговли Ставропольского края.

Следствием применения рациональной структуры товарных запасов стало изменение структуры прибыли от реализации товаров и увеличение рентабельности продаж всех групп товаров. Наиболее рентабельными являются товары группы А, их реализация обеспечивает предприятию около 40% прибыли, поэтому контроль за движением товаров этой группы необходимо вести не реже 2 раз в месяц. Наименее рентабельными признаны товары группы В, поэтому необходимо не реже одного раза в квартал осуществлять контроль за их состоянием. Управление запасами необходимо осуществлять во избежание нерационального увеличения количества товарных запасов с низкой рентабельностью (группа В) и снижения количества запасов других групп.

Можно отметить, что следствием применения рациональной структуры товарных запасов стало изменение структуры прибыли от реализации товаров и увеличение рентабельности продаж всех групп товаров. Наиболее рентабельными, как было отмечено ранее, являются товары группы А, их реализация обеспечивает предприятию до 40% прибыли, поэтому контроль за движением товаров этой группы необходимо вести не реже 2 раз в месяц.

Таблица 4

Моделирование уровня рентабельности продаж с учетом рациональной структуры товарных запасов

Показатель	Товарная группа	Фактические данные	Прогнозируемые данные	Изменение (+;-)
Выручка от реализации товаров, руб.	Группа А	742035	686535	-55500
	Группа Б	588855	474895	-113960
	Группа В	151330	303030	+151700
	Группа Г	367780	385540	+17760
	Среднее значение по отрасли	1850000		-
Прибыль от реализации товаров, руб.	Группа А	116079	108599	-7480
	Группа Б	89422	73084	-16338
	Группа В	19712	40521	+20809
	Группа Г	55987	58996	+3009
	Среднее значение по отрасли	281200		-
Рентабельность продаж, %	Группа А	15,6	15,8	+0,2
	Группа Б	15,2	15,3	+0,1
	Группа В	13,0	13,4	+0,4
	Группа Г	15,2	15,3	+0,1
	Среднее значение по отрасли	15,2		-

Наименее рентабельными признаны товары группы В, поэтому, как уже отмечалось выше, необходимо не реже одного раза в квартал осуществлять контроль за их состоянием. Управление запасами необходимо осуществлять во избежание нерационального увеличения количества товаров группы В и снижения количества товаров других групп.

Исходя из вышеизложенного, можно отметить, что [3]:

1. Формирование рациональной структуры товарных запасов позволит торговому предприятию обеспечить устойчивость ассортимента, осуществить определенную ценовую политику, повысить уровень удовлетворения спроса покупателей и высвободить оборотные средства, «замороженные» в виде нерентабельных товарных запасов.

2. Разработанная нами система группировки товаров (с учетом их стоимости, частоты реализации и отрицательных последствий их нехватки для осуществления оборота) позволяет более рационально осуществлять контроль за движением товарных запасов. Основной контроль, по нашей системе группировки, концентрируется на наиболее важной категории товарных запасов с точки зрения обеспечения бесперебойного осуществления оборота товаров и формирования конечных финансовых результатов.

3. Применяя методы корреляционного моделирования и экспоненциального сглаживания, мы определили прогнозную модель прибыли от реализации товаров, рациональную структуру товарных запасов и оптимальный размер тор-

говой надбавки на товары различных групп для малых предприятий розничной торговли.

Библиографический список

1. Бережная Е.В. Математические методы моделирования экономических систем: Учеб. пособие – 2-е изд., перераб. и доп. / Е.В. Бережная, В.И. Бережной. – М.: Финансы и статистика, 2006. – С. 432.
2. Исследование операций в экономике: Учебн. пособие для вузов / Н.Ш. Кремер, Б.А. Путко, И.М. Тришин, М.Н. Фридман; Под ред. проф. Н.Ш. Кремера. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 407 с.
3. Кулешова Л.В. Формирование рационального уровня товарных запасов в системе малого предпринимательства (на материалах предприятий розничной торговли Ставропольского края): дис. канд. эконом. наук: 08.00.05: защищена 21.02.2006: утв. 15.12.2006 / Кулешова Лариса Владимировна. – Ставрополь, 2006. – с. 207.
4. Любушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учеб. пособие для вузов / Н.П. Любушин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова; Под ред. проф. Н.П. Любушина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – С. 471.
5. Мовсесян Г.Г., Кулешова Л. В. Показатели эффективности малого предпринимательства в сфере розничной торговли // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2009. – №7-1. – С.165-170.

ББК У29

УДК 005.56 (470.345)

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С ПАРТНЕРАМИ ООО «ВКМ-СТАЛЬ»

М.В. Лапина, Е.С. Кирдяшкина

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

В статье рассматриваются основные преимущества стратегического партнерства в условиях современной экономической ситуации, выявлены основные направления развития стратегических отношений ООО «ВКМ-Сталь» с поставщиками и клиентами.

В новых экономических условиях практика формирования односторонних отношений стала неэффективной, что привело к необходимости развития партнерских взаимоотношений между субъектами рынка на основе доверия и взаимной выгоды. В большинстве случаев предприятие занимает жесткую позицию по отношению к партнерам и старается получить самые лучшие условия, несмотря ни на что, т.е. работает по принципу экономической целесообразности. Такой подход в краткосрочной перспективе может дать положительные результаты, но в долгосрочной перспективе он не всегда эффективен. Проблема заключается в том, что предприятия не желают идти на уступки партнерам и нести определенные потери сегодня, для того, чтобы успешно развиваться в будущем, поддерживая доверительные отношения как с клиентами, так и с поставщиками.

Формирование и поддержание стратегических взаимоотношений с партнерами направлено на удовлетворение потребностей сегодняшних стратегических клиентов и завоевание новых. Проявляется тенденция замены технологического самообеспечения предприятия его технологической взаимозависимостью. Она предполагает установление новых межфирменных связей, отношений с поставщиками технологий с целью концентрации разнообразных знаний и квалификации персонала, необходимых для создания новых продуктов, разработку и вывод продуктов на рынок.

Отношения стратегического партнерства строятся на следующих принципах:

- общая заинтересованность партнеров в плодотворном сотрудничестве, взаимное признание стратегического характера отношений;
- готовность учитывать интересы другой стороны, идти на компромиссы для достижения стратегических целей, даже если такие действия неоднозначно целесообразны с точки зрения собственной выгоды;
- долгосрочный характер партнерских отношений;
- дисциплинированность, последовательность и прогнозируемость, неуклонное выполнение партнерами своих обязательств;
- высокая эффективность стратегического партнерства (отдачу от такого сотрудничества должны ощущать обе стороны).

Надежность стратегических отношений с партнерами определяется взаимной готовностью сторон учитывать интересы друг друга, наличием действенных механизмов сотрудничества, дисциплинированностью партнерских отношений. Стратегические партнерские отношения с контрагентами предприятия следует рассматривать в качестве основополагающего фактора его конкурентоспособности.

Многие крупные промышленные предприятия, которые тратят значительные средства на приобретение сырья, материалов и услуг, считают самым лучшим способом снижения затрат использование конкурентных механизмов закупок, например, таких, как тендеры. Однако рано или поздно, на стадии накопления определенного опыта сотрудничества, вопрос дальнейшей целесообразности конкурсных закупок встает перед каждым закупщиком – особенно когда дело касается проверенных временем и совместным поиском выхода из проблемных ситуаций поставщиков. Таким образом, необходимо стремиться к формированию и поддержанию стратегического партнерства с поставщиками. Тем более, что положительных результатов от такого партнерства значительно больше, чем минусов (таблица 1).

Рассматривая таблицу 1, можно констатировать, что не стоит стремиться к достижению сиюминутной выгоды, так как решать любые проблемы гораздо легче вместе с компетентным, заинтересованным в успехе деятельности предприятия партнером.

Именно на основе стратегического партнерства ООО «ВКМ-Сталь» осуществляет работу с поставщиками продукции. ООО «ВКМ-Сталь» – (общество с ограниченной ответственностью «Вагоностроительная Компания Мордовии -

Сталь») – один из крупнейших производителей стального и чугунного литья в России. ООО «ВКМ-Сталь» входит в группу предприятий, находящихся под управлением ОАО «Русская Корпорация Транспортного Машиностроения», являющегося единым центром управления активами в области железнодорожного машиностроения корпорации ОАО «Русские Машины».

Таблица 1

Преимущества и недостатки стратегического партнерства с поставщиками
[1, с. 6]

Преимущества	Недостатки
1. Партнёр заинтересован в конечном результате так же, как и покупатель, особенно если сопровождает продажи сервисным обслуживанием и уверен в долгосрочности партнёрства. Со временем проблемы клиента он начинает воспринимать как свои собственные и относится к ним соответственно.	<p>Главный минус многолетнего стратегического партнёрства: принятие отношений как должное, консерватизм поставщика, нежелание принимать происходящие в компании клиента перемены, отсутствие желания меняться и улучшать свой товар и предоставляемый сервис и, как результат, потеря конкурентоспособности.</p> <p>Этот минус легко превратить в плюс, стоит лишь немного вызвать интерес у постоянного партнёра, либо предъявив ему неумолимую статистику изменений рынка, либо заключив разовую сделку с другим поставщиком, который готов слегка уступить в надежде на приобретение в вашем лице постоянного партнёра.</p>
2. Более лояльное и снисходительное отношение поставщиков и закупщиков к мелким просчетам друг друга.	
3. Гарантия наличия товара в моменты сезонного дефицита – для покупателя; гарантия рынка сбыта в моменты перенасыщенности рынка – для поставщика.	
4. Минимальный риск срывов поставок, поставки некачественного товара или нарушений условий контракта – постоянные партнёры редко допускают такие промахи, в отличие от разовых поставщиков.	
5. Более тесный и доверительный контакт поставщиков и закупщиков приводит к более слаженной командной работе, что в итоге дает лучший результат.	
6. Стратегические партнёры охотнее предоставляют товарные кредиты и длительные отсрочки своим постоянным клиентам, предоставляют дополнительный сервис.	

Структура продуктового портфеля ООО «ВКМ-Сталь» представлена на рисунке 1.

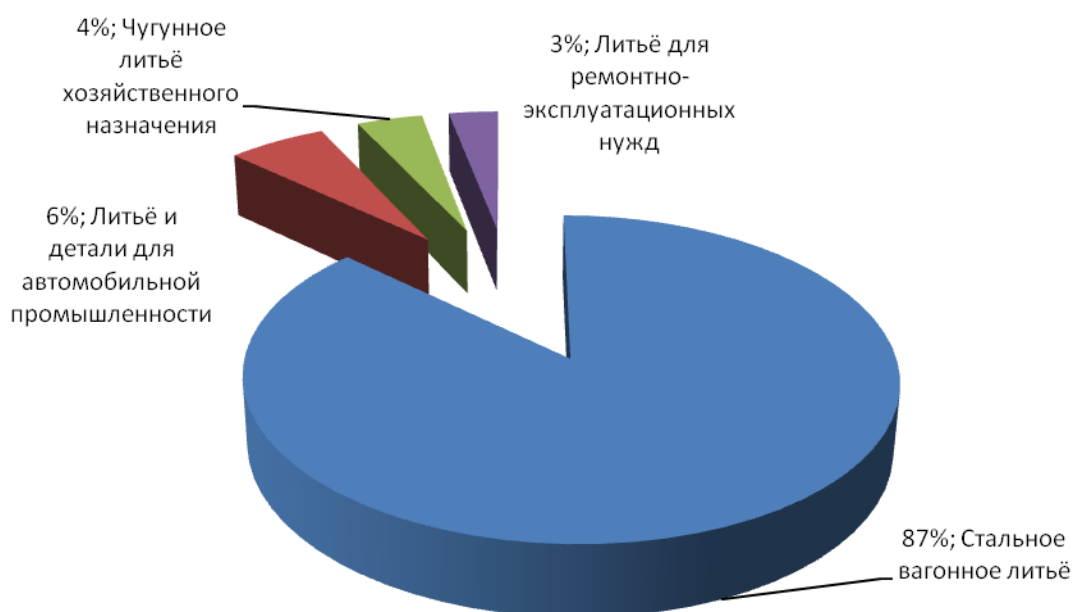


Рис. 1. Структура продуктового портфеля ООО «ВКМ-Сталь»

Большинство производственных мощностей сосредоточено на стальном вагонном литье, доля которого составляет 87% от объема производимой на предприятии продукции. Доля литья для автомобильной промышленности занимает около 6%. Доля чугуна для хозяйственного назначения и литья для ремонтно-эксплуатационных нужд колеблется между 3-4%.

Как правило, идеальных поставщиков в природе не существует, практически у всех бывают трудности и сбои, ведь даже если сам поставщик близок к идеалу, он работает в окружении социальной, экономической и политической среды, которая активно влияет на его деятельность. Следует отметить, что практически по каждому виду продукции ООО «ВКМ-Сталь» помимо основных имеет временных поставщиков. При этом с некоторыми временными поставщиками были установлены лишь разовые контакты (рисунок 2).

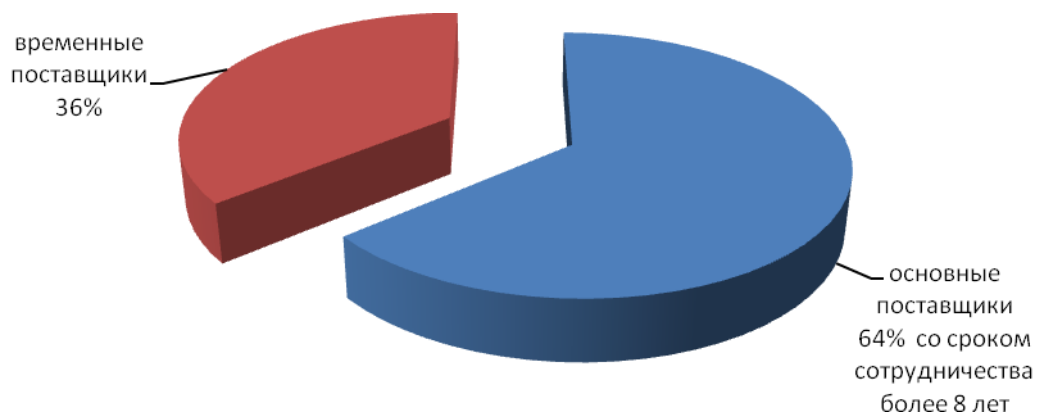


Рис. 2. Соотношение основных и временных поставщиков продукции в ООО «ВКМ-Сталь»

Среди множества поставщиков с 64% у ООО «ВКМ-Сталь» налажены партнерские отношения, по длительности превышающие срок более 8 лет – основные поставщики. Таким образом, рационально выстраивая отношения с постоянными и временными партнерами, предприятие защищает себя от непредвиденных ситуаций, например, таких как недопоставка продукции, оправданное нарушение условий договора поставщиком, с которым налажены стратегические взаимоотношения, форсмажорные ситуации у поставщика.

ООО «ВКМ-Сталь» плодотворно сотрудничает с различными организациями. Порядка 34 крупных организаций выступают в роли клиентов предприятия. В деятельности предприятия нередко сотрудничество с клиентами выходит за рамки обычного общения заказчика и исполнителя и переходит на уровень стратегического партнерства. В общении с клиентами компания ООО «ВКМ-Сталь» придерживается принципов взаимоуважения и стремится достичь взаимопонимания и доверия. В настоящее время с 56% клиентов от общего их числа у ООО «ВКМ-Сталь» налажены стратегические взаимоотношения. Среди клиентов есть и те, с которыми установлены длительные отношения, которые в перспективе могут стать стратегическими. Таких клиентов немного – 15% от общего числа. Также у ООО «ВКМ-Сталь» есть и клиенты, с которыми установлены отношения в последние 3-4 года, их доля составляет порядка 29% (рисунок 3).

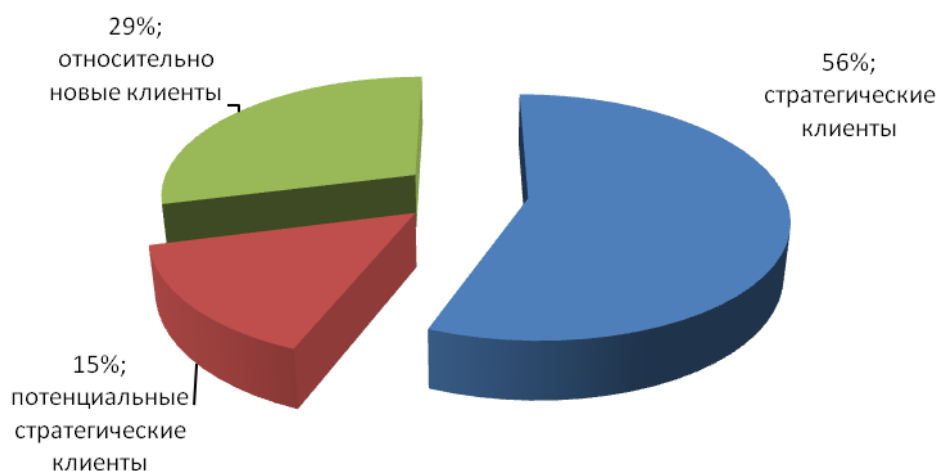


Рис. 3. Соотношение новых и стратегических клиентов ООО «ВКМ-Сталь»

Исходя из рисунка 3, мы можем констатировать, что ООО «ВКМ-Сталь» довольно успешно наладило взаимоотношения с клиентами, т.к. большинство из них являются стратегическими партнерами предприятия. Поддержание стратегических взаимоотношений с постоянными клиентами и установление контактов с новыми клиентами – также можно отнести к приоритетному направлению развития ООО «ВКМ-Сталь». Именно стратегическое сотрудничество позволит предприятию охотнее предоставлять товарные кредиты и длительные отсрочки своим постоянным клиентам, что и практикуется в настоящее время.

Следует отметить тот факт, что при переходе потенциального стратегического клиента к категории фактических стратегических клиентов предприятием учитывается не только длительность времени сотрудничества, но ряд других немаловажных факторов (рисунок 4).

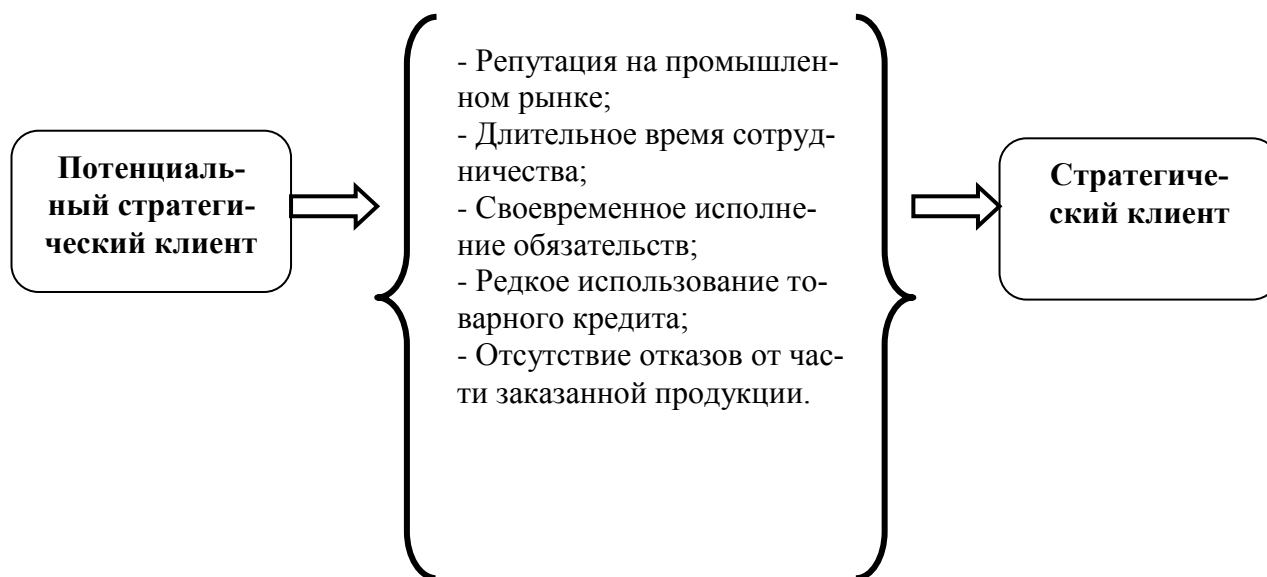


Рис. 4. Критерии перехода потенциального стратегического клиента в категорию фактических стратегических клиентов

Продукция вагоностроительной отрасли стандартизирована, предприятию приходится постоянно работать над внедрением инноваций, но, так как внедрение инновационных идей в данном производстве осуществляется достаточно длительный период, роль стратегических клиентов возрастает.

Помимо формирования длительных отношений с поставщиками и партнерами по каналам распределения, промышленные предприятия пришли к пониманию необходимости осуществления инновационной деятельности. Внедрение инноваций все больше рассматривается ими как единственный способ повышения конкурентоспособности производимых товаров, поддержания высоких темпов развития и уровня доходности. Поэтому предприятия, преодолевая экономические трудности, начинают своими силами вести разработки в области продуктовых и технологических инноваций.

Так, уже на протяжении семи лет ООО «ВКМ-Сталь» плодотворно сотрудничает с Санкт-Петербургским государственным университетом путей сообщения в области инновационных преобразований выпускаемой продукции. Результаты такого сотрудничества ООО «УК холдинга РКТМ» 18 марта 2011 года представило участникам выездного заседания Совета по инновационной деятельности и наукоемким технологиям с участием Комитета Государственной думы России по науке и наукоемким технологиям и Комитета Государственной думы России по экономической политике и предпринимательству. Были продемонстрированы четыре новые модели вагона и три вагонные тележки.

Помимо новых разработок участники выездного заседания Совета и руководство Республики Мордовия ознакомились с реализуемым в настоящее время проектом по пуску в эксплуатацию современного литейного комплекса на базе ООО «ВКМ-Сталь». Проект выведет вагоностроение республики на принципиально новый уровень. Создание производственных мощностей по выпуску крупного вагонного литья для грузовых вагонов позволит увеличить объем производства на 50%, до 15 тысяч вагонов в год к 2015 г. Следует отметить, что данный проект осуществляется с помощью партнерских отношений с немецкими поставщиками нового оборудования: Laempe & Mossner GmbH; Heinrich Wagner Sinto Maschinenfabrik GmbH. Кроме поставки передового оборудования немецкой формовочной линии вакуумной пленочной формовки и стержневых автоматов, данные поставщики помогают ООО «ВКМ-Сталь» при установке оборудования, в самом цехе проводят обучение персонала. Отношения с немецкими поставщиками поддерживаются на протяжении четырех лет. Их нельзя назвать стратегическими, но в силу того, что ООО «ВКМ-Сталь» старается постоянно совершенствовать производство своей продукции, поддержание стратегических взаимоотношений с немецкими партнерами является приоритетным направлением в деятельности предприятия и всего холдинга в целом.

Немаловажным является то, что ООО «ВКМ-Сталь» начало активное сотрудничество с Национальным исследовательским Мордовским государственным университетом им. Н.П. Огарева. 1 февраля 2011 года было подписано Генеральное соглашение о стратегическом партнерстве между Управляющей компанией холдинга РКТМ и НИ МГУ им. Н.П. Огарева. Предметом Соглашения стало сотрудничество по вопросам подготовки высококвалифицированных специалистов для предприятий, входящих в состав холдинга. Для обеспечения высокотехнологичного производства молодыми квалифицированными кадрами планируется организовать в Институте физики и химии МГУ им. Н.П. Огарева обучение по дополнительной образовательной программе «Физические основы технологии литейного производства» на базе специальности «Физика», а в дальнейшем, после получения лицензии, начать подготовку кадров по направлению «Металлургия».

НИ МГУ им. Н.П. Огарева нужно учитывать тот факт, что предприятие нуждается не просто в кадрах, а в специалистах, способных быстро адаптироваться к реалиям современной экономики. Поэтому университет должен быть нацелен на подготовку выпускников, не только владеющих знаниями в отдельной отрасли, но и обладающих коммуникационными и управленческими навыками, базовыми экономическими знаниями, навыками управления проектами, а также целым рядом иных социально-личностных компетенций, позволяющих им быстро адаптироваться на рабочем месте.

Таким образом, можно сделать вывод, что руководство ООО «ВКМ-Сталь» и холдинга в целом осознает достоинства создания стратегических отношений со своими партнерами. Достаточно прогрессивно развивается стратегическое партнерство в инновационной сфере и в сфере кадрового обеспечения. На высоком уровне налажены отношения завода с постоянными клиентами, ведется активный поиск новых рынков сбыта. Можно констатировать, что в ООО

«ВКМ-Сталь» формирование и поддержание стратегических отношений с партнерами является приоритетным направлением стратегического планирования и развития маркетинговой деятельности предприятия.



Рис. 5. Результаты стратегического сотрудничества ООО «ВКМ-Сталь» и НИ МГУ им. Н.П. Огарева

На рисунке 5 представлена схема сотрудничества НИ МГУ им. Н.П. Огарева и ООО «ВКМ-Сталь»: получая высококвалифицированные кадры, обучающиеся по нужной программе, предприятие будет решать проблему трудоустройства молодых специалистов.

Библиографический список

1. Бурдаева Е. Тендеры или стратегическое партнерство / Е. Бурдаева // Ценовик [Электронный ресурс]. – Электрон. журн. – 2009. – №5 (май) – Режим доступа: http://www.tsenovik.ru/story/Statyi/Biznes/05_09/Biznes_4.pdf
2. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100, «Коммерция (торговое дело)» 080301 / Дж. Иган; пер с англ. под ред. Е.Э. Лалаян. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2008. – 376 с.
3. Исаева Е. Основные направления исследования эффективности партнерских отношений / Е. Исаева // Маркетинг. – 2010. – №3(112). – С. 39-51.

БКБ 65.29

К ВОПРОСУ О КАДРОВЫХ РИСКАХ

Н.А. Ляпкина

Рубцовский индустриальный институт

Как показывает опыт, основной ущерб организации наносят их сотрудники (около 80% ущерба материальным активам компании наносит ее собственный персонал, и только 20% приходит извне). Поэтому подбор персонала – залог успеха компании, и, как в любой деятельности, здесь присутствует риск [5].

Недостаточная изученность теоретических аспектов учета кадровых рисков при разработке стратегии как управления персоналом, так и управления предприятием в целом приводит к снижению экономической безопасности предприятия, что ослабляет его конкурентоспособность.

В настоящее время как теоретики, так и практики признают значимость кадровых рисков, но до сих пор не существует однозначных трактовок данного определения.

А.Г. Бадалова говорит о том, что «кадровые риски определены как такие операционные риски, которые лежат в человеческой природе каждой личности, но проявляются через поведение коллектива работников, объединенных в процессе производства» [1].

По мнению Н.В. Карцевой, на сегодняшний день «кадровые риски как отдельная группа не рассматриваются. Такое невнимание к ним объясняется, прежде всего, отсутствием установки на восприятие кадровой работы как зоны повышенного базового риска» [2].

Так, Г.К. Копейкин и Н.А. Лапина говорят, что «кадровые риски – это риски, связанные с вероятностью реализации антропогенных угроз, то есть угроз, исходящих от людей» [3]. Изучив различные определения, мы пришли к выводу, что кадровые риски – это группа рисков, проистекающих из конфликта интересов управляющих и работников. А поскольку наличие такого конфликта является непрерывным обстоятельством предпринимательства, то мероприятия по управлению порождаемым им риском должны постоянно осуществляться в процессе кадровой работы на всех уровнях менеджмента организации.

Несмотря на то, что многие авторы свидетельствуют о необходимости изучения влияния кадровых рисков на эффективность деятельности предприятия, четко выработанной их классификации нет.

Рассмотрим некоторые из них. Так, Н.В. Карцева предлагает следующую классификацию кадровых рисков:

- ✓ риски, связанные с подбором персонала;
- ✓ риски, появляющиеся в результате неэффективной мотивации персонала организации и связанные с удержанием работников;
- ✓ риски, связанные с информационной безопасностью и защитой коммерческой тайны;
- ✓ риски, вызванные наличием в организации так называемых групп риска (наркоманы, пьяницы, игроки, сектанты и т.п.);
- ✓ риски, связанные с увольнением работников [2].

И. Сидякова выделяет следующие риски, связанные с персоналом:

- ✓ риск потери ключевых сотрудников;
- ✓ сохранение информации в случае ухода сотрудника;
- ✓ оценка потребности в каждом сотруднике;
- ✓ определение уровня удовлетворенности оплатой труда;
- ✓ внутренние конфликты в коллективе (из-за проведенного сокращения персонала и снижения объема работы) [6].

Далее остановимся на последствиях, которые несет невнимание к проблеме кадровых рисков (таблица 1). Это в дальнейшем негативно отразится на деятельности предприятия, т.к. в мире возрастающей глобальной конкуренции, когда наиболее важными факторами национальной конкурентоспособности являются квалификационные человеческие ресурсы и научная база, на основе кото-

рой исследуются эти ресурсы, все чаще причинами убытков компаний является вина сотрудников или их участие [5].

Таблица 1

Ошибки в работе с персоналом и их последствия

Несовершенство работы с персоналом	Ошибки	Последствия
1. Стратегия, не сориентированная на зависимость развития от подбора кадров.	Прием на работу равнодушных к целям организации и безынициативных людей.	Замедление развития предприятия. Потеря конкурентоспособности.
2. Подбор и расстановка по формальным критериям.	Прием на работу непрофессионалов и людей, не способных осуществлять управление на необходимом уровне.	Низкие качества и скорость выполнения работ. Ослабление конкурентоспособности.
3. Отсутствие фильтра.	Включение в штаты профессионально непригодных работников.	Финансовые потери.
4. Формирование управленческих команд УК на основе несостоятельных предпочтений.	Прием на работу "своих людей" без учета их способностей участвовать в коллективных принятиях решений.	Финансовые потери из-за того, что управленческая команда не является коллективным решателем проблем организации. Потеря стратегических ориентиров развития предприятия.
5. Отсутствие установки на выявление срабатываемости работников	Объединение и расстановка работников, не способных продуктивно работать со-обща.	Непродуктивные конфликты. Понижение производительности труда.
6. Одностороннее понимание профессиональной компетентности работников.	Набор работников, не умеющих решать социально-психологические проблемы.	Ухудшение психологического климата. Непродуктивные конфликты в коллективах. Понижение производительности труда.
7. Отсутствие систематического учета профессионального и психологического старения персонала.	Несвоевременные перемещения и ротация работников.	Опоздание с принятием конкурентоспособных решений. Финансовые потери. Высокая вероятность краха предприятия.
8. Подготовка и переподготовка персонала, несориентированная на проблемы и задачи организации.	Оценка переподготовки кадров по числу командированных на учебу, а не по их готовности решать проблемы и задачи организации.	Отсутствие практической отдачи обучения. Замедление развития организации. Утрата рынков сбыта. Финансовые потери.

Все вышеперечисленное доказывает необходимость применения и разработки на предприятии эффективных методов управления рисками. Самыми используемыми в РФ них являются следующие методы:

- ✓ разумный отбор персонала с помощью современных методов;

- ✓ продуманная и грамотно построенная система вознаграждения и служебного роста;
- ✓ организационная культура, поддерживающая в фирме климат взаимоотношений, благоприятный для совместной работы персонала;
- ✓ страхование (в части страхования персонала и страхования ответственности работодателя);
- ✓ методы предупреждения (документально-административные пути, ограничение доступа к информации, ресурсам, деловая разведка и пр.);
- ✓ прогнозирование и планирование человеческих ресурсов организации [5].

А.Г. Бадалова предлагает схему управления кадровыми рисками, особенностью которой является построение рискованного кадрового профиля предприятия и бизнес-единиц [1]. В основу его построения положены теории специфического представления об объекте мотивации Д. МакГрегора (теория «Х» и «У») и В. Оучи (теория «Z»). Следуя этим теориям, кадровый профиль любой компании независимо от сферы деятельности, принятой системы управления и т.п. можно представить тремя категориями персонала:

- ✓ категория «Х» (резистентные работники), не способная и не желающая работать;
- ✓ категория «У», частично способная и частично желающая работать;
- ✓ категория «Z», полностью способная и желающая работать.

Рациональный кадровый профиль персонала компании должен отражать достаточный для выполнения трудовых функций уровень квалификации персонала и высокую степень мотивации к производительному труду при минимизации числа работников, неспособных и не желающих работать [6].

В.Н. Федосеев предлагает использовать метод комплексной оценки персонала «ассесмент-центр». Особенностью этого метода является то, что он позволяет одновременно решать такие конкретные управленческие задачи, как выявление оптимальных кандидатур на руководящие должности, разработка рекомендаций по совершенствованию стиля руководства, снижение риска потерь ценных работников и мотивационных рисков [4].

Некоторые специалисты предлагают воспользоваться экспресс-методами для управления кадровыми рисками. Так, «социометрия востребованности» позволяет очертить круг ключевых сотрудников при помощи процедур, основанных на анализе «коллективного разума». Это быстрее и проще ассесмента, но дает ценную информацию.

Другой метод – академический подход к нормированию численности, который базируется на хронометраже усилий работников с целью определить, сколько людей нужно для выполнения каждой операции. Трудоемкий и в целом малоэффективный метод: нередко приводит к перетеканию численности из одного подразделения в другое. Однако некоторые специалисты предлагают расчет численности не в организационных единицах компании, а в функциональных группах (вертикалях) – например, сколько всего необходимо компании экономистов и в головном офисе, и на производстве. Точное знание перспективных потребностей в персонале определенных профессий позволяет сопоста-

вить данный прогноз с существующим внутри компании и на рынке кадровым ресурсом, выявить разрывы и создать сценарии их преодоления [6].

Таким образом, решить проблему риска в кадровой работе, т.е. исключить риск полностью, невозможно. Это идеал, достижимый лишь в отдельных звеньях управленческой работы. Но иметь установку на достижение этой цели необходимо каждому руководителю, т.к. это будет способствовать повышению конкурентоспособности и эффективности деятельности предприятия.

Библиографический список

1. Бадалова А.Г., Москвитин К.П. Управление кадровыми рисками предприятия // Российское предпринимательство. – №7. 2005.
2. Карцева Н.В. Стратегические аспекты формирования и развития персонала производственных предприятий // Управление персоналом. 2007. – №8 (162). — С. 70-71.
3. Копейкин Г.К., Лапина Н.А. Экономическая безопасность предприятия: обучение персонала // Защита информации. Конфидент. – 2004. – №3. С. 44-49.
4. Федосеев В.Н., Цирлин Э. Минимизация кадровых рисков в деятельности компании // Кадровые решения. – 2006. – №12.
5. Ярочкин В.И. Система безопасности фирмы. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2003. – 352 с.
6. <http://www.zrpress.ru/2004/006/b018.htm>

ББК 338.2

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА НА ПОЛИГРАФИЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ

И.А. Маклаков

Московский государственный областной университет

Комплексная концепция контроллинга полиграфического предприятия включает в себя две составляющие: формирование системы контроллинга и ее развитие. В данной статье будут рассмотрены теоретические аспекты развития системы контроллинга, которые могут быть применимы и для полиграфических предприятий, так как любая организация функционирует под воздействием большого числа меняющихся факторов, которые заставляют компанию корректировать свои цели, а следовательно, цели и структуру ее подсистем и, в частности, подсистему контроллинга. Можно говорить, что в дальнейшем ситуация будет определяться возрастающей динамикой, характеризующейся частотой и скоростью изменений, а также сложностью, характеризующейся числом и разнообразием изменений, происходящих событий.

Возрастанием динамики и сложности обусловлено усиление нестабильности внешней среды. Следствием этой нестабильности стали: высокая степень неуверенности, обострение конкуренции, увеличение рисков, нестабильность внутри предприятия.

Следовательно, система контроллинга должна быть адаптивной, чтобы адекватно реагировать на постоянные изменения факторов внешней среды.

Главной проблемой в повышении адаптивности системы контроллинга является наличие сильной централизации в управлении. Поэтому реинжиниринг организации контроллинга следует проводить с акцентом на процессную ориентацию, которая выражается в следующих принципах [1]:

1. Принцип процессно-ориентированной интеграции задач;
2. Принцип самоответственности и самоуправления;
3. Принцип ориентации на клиента.

В соответствии с первым принципом развитие системы контроллинга можно определить как переход от иерархического к процессно-ориентированному контроллингу [5,6,7,8]. Данный переход обусловлен изменением координационной функции от системообразующей и системосвязующей, направленной на управленческую иерархию, к координации бизнес-процессов организации в горизонтальной плоскости. Схема перехода иерархического контроллинга к процессно-ориентированному представлена на рис. 1.

В процессе реинжиниринга изменяются в первую очередь задачи контроллинга и его организационная структура. Кроме того, меняется инструментарий системы контроллинга, после чего начинается отработка новых правил на практике.

В основе реорганизации задач контроллинга лежит идея самоконтроллинга, цель которого состоит не в управлении менеджерами со стороны, а в содействии им в процессе самоуправления. Изменение системы выражается в том, что происходит перераспределения работ, в результате которого функции контроллинга начинают выполнять полностью или отдельные менеджеры.

Таким образом, развитие контроллинга на полиграфическом предприятии можно понимать как реинтеграцию задач контроллинга в систему менеджмента. При этом следует иметь в виду, что при новом распределении задач часть из них должна все равно остаться у контроллера, так как смысл самоконтроллинга не состоит в том, чтобы совсем ликвидировать данную подсистему. Вначале определяется, какая часть задач контроллинга должна быть передана менеджеру, а затем – в какой степени в процесс контроллинга будут вовлечены другие сотрудники компании. Для этого необходимо проанализировать все возможные действия контроллера, связанные с выполнением управленческих функций, а затем определить, какие из них будут переданы менеджеру соответствующего структурного подразделения.

В связи с вышесказанным, контроллинг в результате своего развития преобразуется в специфическую управленческую функцию, которую начинает выполнять каждый менеджер, самостоятельно интерпретируя возникающие отклонения и прогнозируя последствия принимаемых управленческих решений. В идеальном случае менеджер сам выполняет все задачи контроллера, связанные с выполнением своих управленческих задач. А контроллер в этом случае выполняет роль консультанта или тренера, помогающего менеджеру выполнять контроллинговую функцию самостоятельно.

Принцип самоответственности и самоуправления предполагает, что контроллинговые задачи, которые необходимо решать при выполнении тех или иных бизнес-процессов, поручаются ответственным за их выполнение. В дан-

ном случае отсутствует необходимость в наличие специализированных контроллерах процессов. Команды, как правило, хорошо знают свои бизнес-процессы, поэтому способны планировать, управлять, контролировать, координировать и документировать отдельные действия, включаемые в процессы. В большинстве случаев ответственность за ключевые бизнес-процессы возлагается на процесс-менеджеров.

Характеристика	Иерархический контроллинг	Процессно-ориентированный контроллинг
ОРИЕНТАЦИЯ	на иерархические, вертикальные контуры регулирования	на сопровождающие процессы горизонтальные контуры регулирования
СВЯЗЬ С ПРОЦЕССАМИ	поддерживает централизованные процессы в жестких организационных рамках	поддерживает децентрализованные, непосредственно связанные с рынком процессы в гибких рабочих группах
ЗАДАЧИ	поддержка управленческих процедур в рамках существующей иерархии	поддержка саморегулирования участников процесса, прозрачность затрат и результатов
ИНФОРМ. ОБЕСПЕЧЕНИЕ	использование централизованных систем обработки данных с заданными расчетными методами	использование методов регулирования и документирования, ориентированных на отдельных сотрудников

Рис. 1. Переход к процессно-ориентированной системе контроллинга

Система контроллинга передает в распоряжение команд соответствующие инструменты и информацию, необходимые для самостоятельного управления бизнес-процессами, оцениваемыми по соответствующим ключевым показателям. Эти инструменты должны быть простыми, гибкими, ориентированными на рынок и пользователей, а также многомерными. При этом соответствующие команды должны получать не только монетарную, но и немонетарную информацию – показатели, характеризующие количество, время, качество и технические аспекты.

Кроме того, организация контроллинга должна удовлетворять требованиям ориентации на клиента. При этом контроллеру следует ориентироваться на потребности клиентов внутри компании и предоставлять в распоряжение коллег инструментарий, позволяющий соблюсти ориентацию на клиента на уровне предприятия в целом – например, методом расчета целевых затрат.

Следование принципам процессно-ориентированной интеграции задач, самоуправления и ориентации на клиента приводит к формированию нового понимания роли контроллинга в компании. Главной функцией контроллинга в результате его развития становится внутреннее консультирование, опирающееся на знания о продуктах, клиентах и процессах. Центральные характеристики «нового контроллинга» можно объединить в соответствующую таблицу [1]:

Таблица 1

Эволюция контроллинга в разрезе его задач, организации, понимания и инструментария

	«Новый»	«Старый»
Задачи	<ul style="list-style-type: none"> • Поддержка самоуправления; • Ориентация на рынок; • Интеграция стратегической и оперативной ориентации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сторонний управляющий с высокой ролью контролирования; • Преимущественно внутренняя ориентация; • Проблемы подразделений между этапами контроллинга.
Организация	<ul style="list-style-type: none"> • Целостная и процессно-ориентированная организация; • Начинается на ранних фазах, привязана к цепочке стоимости; • Центр сервиса (центр прибыли) (частично) передается на аутсорсинг. 	<ul style="list-style-type: none"> • Жесткая функционально-дивизиональная и тейлористская ориентация; • Начало на этапе производства; нет ориентации на цепочку стоимости; • Штаб, центр затрат, исключительно взгляд изнутри
Инструменты	<ul style="list-style-type: none"> • Интегрирование всех измерений информации; • Ориентация на стоимость компании; • Активное использование IT-потенциала. 	<ul style="list-style-type: none"> • Фокусирование на счетоводстве; • Ориентация на результат работы за период; • Реагирование на IT.
Понимание контроллинга	<ul style="list-style-type: none"> • Инноватор, консультант; • Эксперт в области продуктов, клиентов и процессов. 	<ul style="list-style-type: none"> • «Сторожевая собака» • Эксперты в области контроллинговых инструментов

Развитие контроллинга должно происходить не только в направлении перераспределения задач между контроллером и менеджером, но и выразаться в изменении структуры затрат времени на выполнение традиционных функций контроллинга.

В таблице 2 представлен пример фактического распределения затрат времени на выполнение функций контроллинга, находящегося на стадии стагнации и требующего существенных изменений, направленных на более эффективное выполнения своих специфических задач [4].

По данным таблицы, в процессе своего функционирования значительная часть рабочего времени (около 50%) тратится контроллером на сбор, обработку и подготовку данных. Фактически это означает, что половину своего трудового времени он работает как регистратор.

Таким образом, в структуре затрат времени на выполнение основных функций контроллинга в соответствии с концепцией его развития должны произойти следующие изменения и достигнуты соответствующие цели (рис. 2).

Затраты времени на сбор данных и подготовку информации должны быть снижены с 50 до 30%. Это возможно сделать за счет автоматизации и стандартизации учета и обработки данных. С другой стороны, затраты времени на консультационную деятельность желательно увеличить с 30 до 55%, используя при этом резерв времени, высвобождаемый за счет уменьшения трудоемкости работ по поддержанию и развитию системы контроллинга. Этот резерв времени может быть образован посредством использования в системе контроллинга покупных готовых модулей.

Таблица 2

Распределение затрат времени на выполнение функций контроллинга в разрезе процессов и функций

Процесс контроллинга	%	A	I	B	S
Подготовка и участие в стратегическом планировании	2,6		0,8	1,8	
Стратегические проекты	9,8		3,6	6,2	
Планирование и бюджетирование	13,6	1,0	4,4	8,2	
Отчетность	21,8	5,8	16,0		
Калькуляция по продуктам	9,4		5,8	3,6	
Инвестиционный контроллинг	5,0	1,6	1,0	2,4	
Оперативное консультирование (отклонения, прогнозы)	14,2			14,2	
Исходные данные/актуализация системы	10,2	10,2			
Стандарты, аудит	5,6				5,6
Развитие новых инструментов, методов	3,0				3,0
Поддержка введения	1,8				1,8
Обучение, тренинги, подготовка, передача ноу-хау	3,0				3,0
Сумма	100	18,6	31,6	36,4	13,4

A – Административная;

I – Подготовка информации;

B – Консультации;

S – Поддержка системы и ее развитие.

Автоматизация и стандартизация в системе контроллинга предполагает совершенствование информационной системы предприятия. Говоря о развитии информационной системы управления полиграфического предприятия, необходимо отметить, что оно обусловлено также и перспективными аспектами в самой отрасли полиграфии, в частности развитием цифровой печати, а также дальнейшей автоматизацией управленческих процессов в данной отрасли и новым подходом к роли информационных ресурсов в системе управления в целом. В этой связи перечислим основные направления решения проблем, характерных для большинства полиграфических предприятий в этой области.

Автоматизация расчета стоимости заказов является насущной необходимостью для полиграфических предприятий по двум основным причинам. При ручном расчете стоимости заказов и неоправданно высоких расходах на зара-

ботную плату возникают проблемы, связанные с так называемым «человеческим фактором», то есть ошибками и злоупотреблениями. Автоматизация расчетов позволяет избежать ошибок в расчетах (завышения стоимости одних заказов и занижения других). В результате предприятие избегает убытков уже на стадии расчета заказов, при этом выигрывают также и заказчики, для которых был сделан правильный расчет без завышения стоимости заказа.

Функция	Факт		Цель		Мероприятия / предпосылки
	Процент	График	Процент	График	
Сбор данных	10%		5%		Автоматизация
Подготовка информации	40%		25%		Автоматизация, стандарты, интеграция
Консультирование	30%		55%		Бренчмаркинг, раннее прогнозирование
Поддержка системы и ее развитие	20%		15%		Использование готовых систем
	100%		100%		

Рис. 2. Цели изменения структуры затрат времени на выполнение функций контроллинга

Важную роль в совершенствовании системы контроллинга играет повышение оперативности обмена данными, который занимает более половины времени работы руководства и специалистов. В частности, возникают сложности в системе обмена данными между программой управления и программой «1С», связанных с отсутствием возможности экспорта данных для более широкого использования расчетов. Решение этих проблем требует внедрения управленческого учета, а также перехода на международные стандарты учета финансовых операций. Многие из этих проблем связаны с информационными потоками, и их решение неизбежно вызывает необходимость во внедрении современных информационных технологий.

Из вышесказанного следует, что автоматизированная система имеет смысл только при комплексном подходе, охватывающем деятельность предприятия в целом. Целостный подход к управлению лежит в основе концепции контроллинга, который направлен на организацию упорядоченной работы без простоев со стабильным выполнением существующих функций требуемого качества. Только комплексная автоматизация управления может дать ощутимый эффект, в отличие от внедрения лишь части выбранных по значимости блоков, внедрение которых можно рассматривать только как определенные этапы развития

целостной информационной системы управления полиграфическим предприятием.

Итак, совершенствование существующей информационной системы в рамках концепции развития системы контроллинга позволит значительно повысить адаптивность полиграфического предприятия в целом. Для того, чтобы контроллинг постоянно соответствовал быстро меняющимся требованиям внешней среды, необходимо разработать механизм его непрерывного совершенствования. Очевидно, что качественные изменения в системе контроллинга должны проводиться с определенной периодичностью, например, раз в 5 лет. Непрерывность же совершенствования выражается в ориентации контроллеров и менеджеров на постоянное развитие системы за счет того, что отдельные этапы данного механизма должны носить перманентных характер и начинаться еще задолго до проведения главных корректирующих мероприятий. Алгоритм непрерывного развития системы контроллинга представлен на рис. 3 [1].

В основе позиционирования контроллинга лежит задача по обеспечению прозрачности целей и требований, предъявляемых к его системе. Поэтому на первом этапе проводится опрос внутренних клиентов, у которых за время, прошедшее с момента его последнего преобразования, могло накопиться достаточно много предложений по улучшению его работы. Результатами такого опроса могут быть новые требования к будущей системе контроллинга, которая будет подвергаться изменениям. Основные требования к системе контроллинга должны быть сконцентрированы в области консалтинговой и сервисной поддержки. Далее проводится анализ и оценка протекающих контроллинговых процессов с целью выявления имеющихся недостатков. Анализ может осуществляться на основе метода расчета затрат по процессам, позволяющего оценить результативность и затратность выполняемых на предприятии процессов. Определение желаемых контроллинговых результатов сопровождается расчетом затрат на их достижение и оценкой удовлетворенности внутренних клиентов.

При проведении бенчмаркинга следует выяснить положение организации по отношению к другим компаниям и увидеть, что другие компании делают лучше. В качестве объектов сравнения могут выступать опубликованные результаты специализированных исследований в области полиграфии. Если известны лучшие решения, то часть из них – с учетом собственных приоритетов – можно использовать в своей системе контроллинга. При выборе новых методов и инструментов учет специфических для конкретной компании требований особенно важен.

В заключение следует разработать так называемый дизайн новой системы контроллинга. Для этого следует переосмыслить задачи, организацию и используемые инструменты, а при необходимости – подвергнуть их изменениям в соответствии с принципами ориентации на клиентов, процессы и будущее.

В результате проведенных мероприятий происходит преобразование система контроллинга, в которой старые и ненужные процедуры заменяются новыми. Полезность новых процедур будет весьма высокой, так как в отличие от первоначального внедрения системы контроллинга на предприятии эти процедуры сформулированы на основе уже сложившегося опыта сотрудников. По-

этому учитывая динамичность изменений, происходящих во внешней и внутренней среде предприятия, главным образом связанных с обновлением состава персонала, проведение таких мероприятий по обновлению системы контроллинга должно носить регулярный характер, а процедуры вышеизложенного механизма должны быть направлены на совершенствование и усиления координационных и интеграционных процессов, протекающих как в самой системе контроллинга, так и на предприятии в целом.

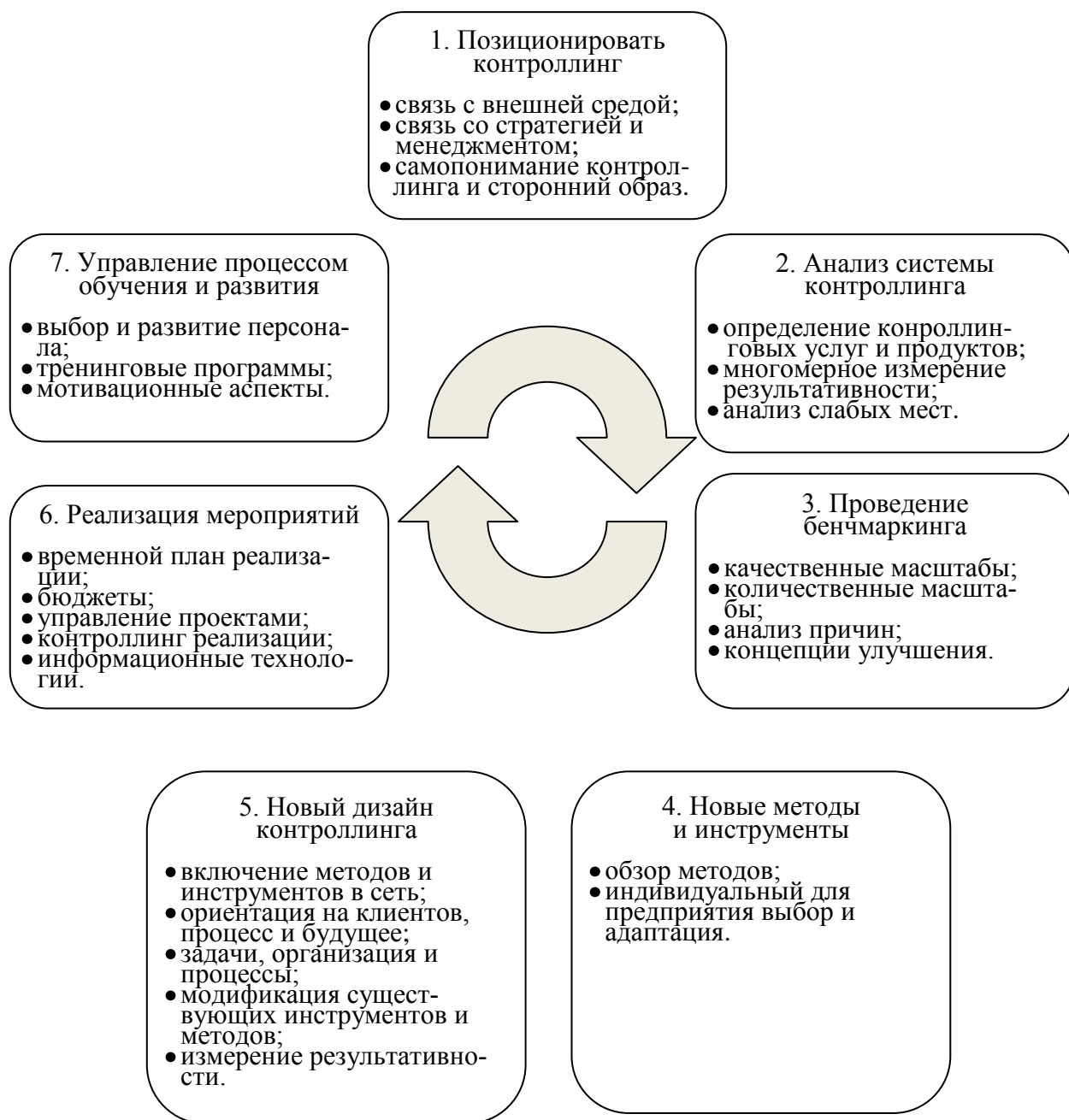


Рис. 3. Механизм непрерывного совершенствования системы контроллинга

При осуществлении мер по развитию системы контроллинга часть усилий необходимо также направить на предотвращение ошибок, которые наиболее часто встречаются как при внедрении контроллинга, так и при его функциони-

ровании и обновлении. К числу наиболее серьезных рисков можно отнести следующие [4]:

1. Сведение функций и задач контроллинга к экономико-учетным задачам. Для контроллера более важным является обоснованный выбор инструмента, который наилучшим образом встраивается в разрабатываемые им целевые системы (подсистемы), поддерживающие процесс управления предприятием. Поэтому и при информационном обеспечении руководства предприятия контроллеру необходимо, прежде всего, понять, какую релевантную информацию нужно доносить до руководства, а уже исходя из этого определять эффективный порядок ее сбора, обработки и хранения.

2. Неясное определение понятия прибыли и ее временного аспекта. Основной культуры мышления контроллера является ориентация на долгосрочное существование и развитие предприятия, поэтому решения, направленные на увеличение прибыли, должны носить не краткосрочный, а долгосрочный характер (инвестиции в новое оборудование, профилактические ремонты, увеличение затрат на рекламу и др.). Так же при определении прибыли в качестве главной цели предприятия необходимо различать следующие ее виды: планируемая прибыль, то есть полученная в результате сравнения калькулируемых издержек и планируемых доходов; фактическая прибыль, то есть полученная как разница фактических доходов и издержек за период; балансовая прибыль, то есть полученная по данным бухгалтерского учета за период по предприятию в целом; прибыль от основной деятельности.

3. Сужение источников информации до статистической бухгалтерской отчетности. Система информационного обеспечения, используемая контроллером при реализации его задач, должна быть релевантной и давать руководству предприятия сигналы для принятия соответствующих решений. Помимо самой информации, контроллер должен провести и ее интерпретацию для выявления причин тех или иных изменений, чтобы дать им соответствующую оценку.

4. Возложение на контроллера обязанности указывать на промахи руководителей подразделений. Задача контроллера должна заключаться не в поиске виновных, а в выявлении и устранении причин, которые помешали достижению цели.

5. Позиционирование службы контроллинга на нижних или слишком высоких ступенях иерархической лестницы. Положение контроллера должно быть оптимальным, чтобы, с одной стороны, не бояться за свою карьеру, а с другой, – не иметь слишком большой власти над руководителями подразделений, для предотвращения возможности злоупотреблений со стороны контроллера, обладающего обширной информацией о состоянии дел в соответствующих подразделениях.

6. Излишняя описательность либо ненужные подробности и детали в отчетах контроллера. В общем случае, отчет контроллера должен отвечать на два главных вопроса: 1) достигнуты ли поставленные цели, если нет, то какие причины помешали этому; 2) какие существуют возможности для устранения установленных отклонений или повышения степени вероятности достижения цели?

Библиографический список

1. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Horvath & Partners ; Пер. с нем. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 269 с.
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2004.
3. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2005.
4. Фалько С.Г. Контроллинг для руководителей и специалистов. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 272 с.
5. Horvath P. Controlling. – 7. Aufl., – Munchen: Vahlen 1998. – 902 s.
6. Kupper H. – U. Controlling: Konzeption, Aufgaben, und instrument. 2. Aufl., - Stuttgart: Schlaffer-Poeschel 1997. – 512 s.
7. Leahy T. The Ivy league of Activity-Based Management // Business Finance. – 1999. – April. – P. 61-64.
8. Worthy F.S. Japan's Smart Sekret Weapon // Fortune 12 (1991). – August. – P. 48-51.
9. www.controlling.ru

УДК 65.01

ВНЕДРЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОМПАНИЯХ

Д.А. Мальшева

Саратовский государственный социально-экономический университет

Опираясь на исторический опыт, стоит отметить, что кризисные явления в экономике зачастую сопровождаются укрупнением компаний, «на плаву» остаются наиболее крупные и стабильные. Слияние и укрупнение компаний позволяет рационализировать издержки, проводить более гибкую производственную, финансовую и инвестиционную политику, диверсифицировать направления деятельности, а следовательно, снизить риски и минимизировать негативные последствия кризисных явлений.

Одним из наиболее ярких примеров интеграционных процессов является нефтяная отрасль российской промышленности, большинство предприятий которой на сегодняшний день входят в состав крупных вертикально интегрированных нефтяных компании (ВИНК), которые объединяют все звенья производственно-коммерческого цикла – от добычи сырья до продажи продуктов его переработки конечным потребителям.

Вертикальная интеграция может быть представлена в виде производственного или организационного объединения, слияния, кооперации, взаимодействия предприятий, связанных общим участием в производстве, продаже, потреблении единого конечного продукта.

Вертикальная интеграция позволяет достаточно мобильно перераспределять ресурсы и направлять их в наиболее выгодные для компании направления

деятельности, снижать риски, обусловленные микро- и макроэкономическим окружением.

Однако, при всех плюсах вертикальной интеграции, управление огромным количеством бизнес – процессов, протекающих в ВИНК, является сложным и многогранным процессом, требующим применения инновационных методик. Это обусловлено и тем, что в настоящее время менеджмент российских предприятий сталкивается с проблемами, среди которых наиболее сложная – способность и возможность быстро и с минимальными издержками адаптироваться к изменениям рыночной среды. И здесь без перехода к совершенным методам корпоративного менеджмента, без целенаправленного подтягивания систем внутрифирменного управления к международным стандартам поднять эффективность производства, укрепить конкурентоспособность невозможно. В конкурентной борьбе побеждают предприятия, которые умеют адекватно реагировать на изменения окружающей среды и перестраивать свою внутрифирменную стратегию либо сами создают свое будущее, эффективно внедряя нововведения, перераспределяя внешние и внутренние компетенции, полностью используя потенциал организации.

Эффективное применение системы стратегического управления в вертикально интегрированных компаниях создает значительные конкурентные преимущества и является основным условием улучшения эффективности их деятельности, способствует экономическому росту и развитию.

К основным этапам стратегического управления ВИНК можно отнести следующие: анализ и оценка внешней среды, анализ и оценка внутренних возможностей предприятия, определение миссий предприятия, составление видения, формулирование цели и задач, установления взаимосвязи между стратегическими целями и задачами и показателями их достижения, составление внешнеэкономической стратегии предприятия; реализация стратегии – выработка организационно-экономического механизма проникновения созданной стратегии во все бизнес-процессы, разработка методики контроля над осуществлением выбранной стратегии и алгоритма мониторинга.

Первым этапом стратегического управления является анализ и оценка внешней среды. Внешняя среда в самом общем смысле – это все те факторы, которые находятся за пределами организации и могут на нее воздействовать [6]. Анализ среды представляет собой процесс обнаружения и изучения возможностей и угроз, создаваемых внешними силами.

Большинство ученых, занимающихся исследованием проблематики стратегического управления предприятием, с точки зрения анализа внешней среды рассматривают две подсистемы: внешнюю среду непосредственного влияния и макросреду – отдаленное окружение [3; 9; 10]. Стоит согласиться с ними в том, что важно ограничить исследование внешней среды управляемыми и действительно значимыми факторами, иначе объем информации превысит все мыслимые пределы [1, 48]. В рамках стратегии развития ВИНК при анализе внешней среды основное влияние следует уделить макроэкономическим факторам, таким как ценовая конъюнктура, валютные колебания, законодательные или по-

литические изменения, социальные и культурные особенности. Это те факторы, которыми нельзя управлять, но необходимо учитывать их и отслеживать.

Значимые факторы внешней среды задают границы общей среды, которые наиболее важны для аналитических целей в рамках стратегического управления.

Зарубежными и отечественными учеными предлагается множество способов анализа внешней среды. В рамках экономического сегмента необходим анализ текущего и прогнозируемого состояния экономики собственной страны, страны расположения партнера, филиала, текущего или перспективного рынка сбыта. Очень важно оценивать цикл экономического развития, стабильность международной торговли, международную конкуренцию. Экономический анализ указанной среды должен включать анализ следующих показателей: ВВП, темпы роста, уровни и типы промышленного выпуска, потребления, дохода и сбережений, покупательской способности и платежеспособности спроса, предпринимательской активности, инвестиций, производительности и т.д. В секторе торговли энергоресурсами важно отслеживать динамику мировых цен и объемы закупок по видам.

Изменения в общем уровне экономической активности непосредственно влияют на показатели спроса и предложения почти во всех отраслях.

Также в рамках экономического сегмента постоянное внимание аналитиков предприятий должно уделяться анализу конкурентной и рыночной сред.

Анализ конкурентов должен включать: анализ будущих целей конкурентов; оценку текущей стратегии конкурентов; обзор предпосылок в отношении конкурентов и отрасли, в которой функционируют предприятия; углубленное изучение сильных и слабых сторон конкурентов.

Анализ рынка строится на основе анализа его участников, в основном потребителей и конкурентов, и заключается в его стратегической оценке и динамике. При анализе политической среды необходимо следить за избирательными процессами, нормативными документами местных муниципальных, региональных властей и федеральных органов власти и управления, определяющими политику по отношению к предприятиям, в особенности налоговую политику, принципы регулирования экономики: запретительные или стимулирующие, ограничение монополизма, условия государственных контрактов. Важно правильно оценивать роль и место государства в международной политике. Угрозы и возможности могут быть результатом изменений международных отношений.

Технологическая среда относится к уровню и направленности технологического прогресса или совершенствования, происходящего в обществе, в том числе к появлению новых видов продукции, процессов или материалов; к общему уровню научной деятельности и достижениям в фундаментальной науке. Экономический анализ новых технологий должен определять их наиболее перспективные виды и типы, в том числе в сфере производства, проектирования, торговли, связи и т.д.

Социальная среда включает демографическую ситуацию, стили жизни и социальные ценности. Анализ этого сегмента учитывает изменения в структуре и мобильности населения, изменения стилей жизни, трансформацию социаль-

ных ценностей, преобладающие в обществе чувства по отношению к предпринимательству и защите интересов потребителей. Изменения в социальной среде непосредственно влияют на общий потенциал рынка в отношении большого числа продуктов, особенно потребительского назначения. Также в рамках данной среды важно проанализировать структуру потребностей населения.

Экологическая среда охватывает физические и естественные ресурсы, находящиеся в пределах региона: землю, море, воздух, воду, флору и фауну.

Для нефтяных компаний очень важен анализ такого географического фактора, как запасы и месторождения энергоресурсов.

Институциональная среда связана как с физической, так и с интеллектуальной инфраструктурой, а также с институтами, входящими в них. Физическая инфраструктура включает как транспортные элементы (дороги, железнодорожные пути и водные системы), так и коммуникации (почта, телефон и другие системы связи). Интеллектуальная инфраструктура охватывает научные учреждения, университеты и другие подобные организации [8, 301].

Для нефтяной отрасли особое внимание стоит уделять транспортной инфраструктуре, так как транспортная составляющая в цене продукта играет существенную роль, а способы перевозки углеводородов имеют специфический характер.

Каждая среда связана с другими, получает от них воздействие и, в свою очередь, сама влияет на них. В конечном итоге, макросреду можно понять, рассматривая ее как систему взаимодействующих сегментов (сред).

Вторым этапом стратегического управления выступает анализ и оценка внутренних возможностей предприятия. Данный анализ, на взгляд автора, целесообразно осуществлять с точки зрения процессного подхода. В большинстве случаев именно в уникальности того или иного внутреннего бизнес-процесса кроется успех конкурентоспособности предприятия.

Внутренние факторы – это элементы, составляющие основу предприятия как экономической системы и оказывающие влияние как на формирование потенциала предприятия в сфере внешнеэкономической деятельности, так и на его деятельность на внутреннем рынке. Все чаще в поисках конкурентного преимущества предприятия обращают взгляд «внутрь себя», стараясь при этом идентифицировать те способности, развивая которые можно сохранять и улучшать свои конкурентные позиции.

Ключевые компетенции – это неотъемлемая часть стратегического менеджмента, поскольку именно благодаря им предприятие способно удерживать свое положение на рынке, иметь рентабельность выше средней для данной отрасли или данного рыночного сегмента (что обеспечивается более высокой эффективностью использования ресурсов) и, более того, побеждать конкурентов и завоевывать прочные позиции на рынке. Преимущества перестали быть статическими, изменяются технологии производства, методы управления, способы доставки и сбыта продукции и т.д. Поэтому требуется постоянное внедрение нововведений для удержания конкурентных преимуществ.

При разработке стратегии руководство компании должно определиться, каким образом имеющиеся компетенции могут быть защищены, развиты и ис-

пользованы; сможет ли предприятие на базе имеющихся ресурсов создавать новые, оригинальные комбинации ресурсов, которые в будущем могут быть трансформированы в ключевые компетенции; на какие хозяйственные, отраслевые и конкурентные изменения и в этой связи, на какую стратегию должны быть сориентированы ключевые компетенции предприятия.

Каждое предприятие должно не только четко формулировать свои конкурентные преимущества, но и анализировать свои конкурентные отставания и конкурентные паритеты. Четкое определение, в чем компания уступает конкурентам, – один из важнейших шагов в понимании, какие из этих недостатков могут быть устранены за счет внутренних преобразований либо в результате аутсорсинга конкретного вида деятельности, т.е. передачи заказа внешнему поставщику, имеющему соответствующую компетенцию. Для любой компании, как и для любого менеджера, нет ничего хуже «некомпетенции, не осознающей этого» [8, 120].

Следующим этапом стратегического управления ВИНК будет являться определение миссии предприятия. Л. Гительман в книге "Преобразующий менеджмент" дает следующее определение: "Миссия – стратегическая (генеральная) цель, выражающая смысл существования, общепризнанное предназначение организации. Это роль, которую предприятие хочет играть в обществе" [4].

В рамках стратегического менеджмента миссия – это исходная точка, на которой «завязаны» многие инструменты стратегического планирования. А ее формирование является важнейшим элементом экономической стратегии.

Наличие четко определенной миссии позволяет: руководству предприятия – определить то место, которое оно должно занять на рынке, и сформулировать свою стратегию достижения этого положения; сотрудникам – почувствовать себя участниками общего дела в освоении открывающихся возможностей, дает им цель, подчеркивает их значимость, нацеливает на достижение высоких результатов; потребителям продукции – со вниманием и заинтересованностью относиться к фирме, которая может удовлетворить их разнообразные нужды и потребности, следить за выпускаемой продукцией. Товары и технологии могут меняться, а нужды и запросы рынка могут оставаться неизменными [5].

Масштабность взятой на себя миссии прямо определит количество ресурсов, которыми будет оперировать компания.

Значение миссии, которая формально выражена и эффективно представлена сотрудникам организации, очень велико. Она позволяет фирме получить критерии для всего последующего процесса принятия решений, является своего рода точкой отсчета для наиболее оптимальной стратегической альтернативы в той или иной конкретной ситуации. Выработанные на основе миссии цели являются критериями оценки всех управленческих решений.

После создания и формализации миссии разрабатывается видение, которое представляет собой текст, описывающий будущее компании на перспективу 5-10 лет. Он должен отражать все наиболее существенные характеристики деятельности компании: «портрет» клиента, характеристики продуктов, ключевые ценности, приоритетные рынки сбыта и т.д.

Стратегическое видение подразумевает дальновидность и долгосрочный подход, создает ощущение целенаправленности. При его создании огромную роль играет анализ внешней среды и моделирование возможной будущей среды.

Пятый этап стратегического управления предусматривает формулирование целей и задач.

В рамках стратегического управления на основе миссии и видения формулируется генеральная цель, которая потом разбивается на цели более низкого уровня, которые в свою очередь подразумевают решения определенных задач для их достижения.

В научных трудах вопросам определения и формулирования целей уделяется много внимания. Автор согласен с мнением В. Тамбовцева, который считает, что целевая составляющая стратегии существенно и во многом определяет как ее основное содержание, так и успешность реализации [11].

Стоит согласиться с Алексеевой М.М., которая указывает на восемь ключевых аспектов формулирования целей [2]: положение на рынке – конкурентоспособность; инновации; производственные цели (повышение эффективности производства); ресурсы; доходность; управленческий аспект; персонал; социальная ответственность.

Стратегические цели носят многоуровневый характер. При описании стратегических целей первого уровня используется «траекторная» формулировка, поскольку эти цели создают лишь спектр возможных траекторий, продвижение по которым понимается как реализация данной цели. Они задаются в качественном виде, определяющем общее направление развития организационной системы. Их конкретизация во времени и по количественным характеристикам может осуществляться с помощью «точечной» формулировки на основе использования системы контрольных показателей для деятельности каждой бизнес-единицы.

При этом очень важно определить ориентацию цели во времени: необходимо понимать не только, что организация хочет осуществить, но и когда должен быть достигнут результат.

Стратегические цели более низких уровней задаются для каждого бизнес-процесса, происходящего в организационной структуре, и также должны сопровождаться набором ключевых показателей.

После определения стратегических целей внешнеэкономической деятельности предприятия различных уровней, целесообразно вырабатывать задачи, достижение которых необходимо для обеспечения цели. Они могут носить более кратковременный и конкретный характер.

Осуществление предприятиями внешнеэкономической деятельности подразумевает решение большого количества специфических задач, отсутствующих при работе на национальном рынке. Их особенность вытекает, прежде всего, из ориентации на мировой рынок, его стандарты в сфере производства, управления, продаж, закупок, рекламы и т.д. Среди таких специфических задач можно выделить следующие:

- рост объема экспорта, расширение межфирменных контактов или границ рынка, поиск новых партнеров;
- усиление позиций на мировом рынке, поиск новых зарубежных рыночных ниш;
- разработка программ импортозамещения и сокращения объемов импортных закупок;
- разработка конкурентной ценовой и эффективной коммуникационной политики на мировом рынке;
- разработка фирменного стиля предприятия и его активная реклама в зарубежных странах;
- интеграция производства, создание совместных или дочерних предприятий за рубежом;
- расширение или диверсификация ассортимента продукции и услуг, производимых для реализации на мировом рынке;
- совершенствование процесса подготовки персонала, задействованного в бизнес-процессах, связанных с ВЭД.

Основными свойствами целей и задач являются: достижимость и непротиворечивость.

Наблюдения показывают, что цели и задачи являются важными мотивами поведения работников. При этом если они недостижимы, мотивация быстро ослабевает.

Непротиворечивость целей и задач способствует работе «в одном направлении» всех подразделений организации. Действия и решения, необходимые для достижения одной задачи, не должны мешать достижению других. Противоречивость ведет к возникновению конфликта между подсистемами организации, которые отвечают за их достижение.

Сформулировав цели и задачи, необходимо создать стратегическую карту, которая представляет собой наглядное графическое изображение стратегических целей предприятия в четырех аспектах ССП.

Стратегическая карта сбалансированной системы показателей представляет собой модель, демонстрирующую, как стратегия объединяет нематериальные активы и процессы создания стоимости [7].

Для составления стратегической карты, прежде всего, необходимо определиться с ключевыми аспектами деятельности и сгруппировать цели по этим аспектам. Далее необходимо выявить все причинно-следственные связи между целями сначала в каждом из аспектов, а потом и в целом по предприятию в четырех аспектах.

На следующем этапе происходит установление взаимосвязи между стратегическими целями и задачами и показателями, отражающими их достижение.

На данном этапе происходит увязка стратегических целей, задач и показателей уровня их достижения путем разработки показателей деятельности для каждой стратегической цели, задачи, бизнес-процесса.

Ключевые показатели деятельности (с англ. *Key Performance Indicators*, KPI's) представляют собой финансовую и нефинансовую систему оценки, которая позволяет определить достижение стратегических целей.

При выборе ключевых показателей рекомендуется руководствоваться следующими принципами: показатели должны конкретизировать содержание целей; цели – первичны; количественные и качественные показатели – вторичны.

Система ключевых показателей является инструментом, позволяющим полномасштабно увязать стратегию предприятия с оперативной деятельностью.

На основе предшествующих этапов разрабатывается внешнеэкономическая стратегия предприятия.

Глубокий анализ и изучение всех вышеприведенных этапов должны вплотную подвести к ее созданию.

Стратегия внешнеэкономической деятельности – должна:

- вырабатывать правила и приемы поведения компании на внешнем рынке как в роли экспортера, так и в роли импортера товаров, услуг, технологий и прав интеллектуальной собственности, а также ее взаимоотношения с международными организациями;

- определять принципы осуществления экспортно-импортных операций, с учетом действующего в стране и за ее пределами законодательства.

- учитывая свой экспортный потенциал, выбирать рынки, конкретизировать стратегические цели, вырабатывать тактику, распределять ресурсы по формам экспортной деятельности.

Основу импортной стратегии должно составлять исследование цен и качества поставляемых товаров. Сроки и качество обслуживания, определение технологического уровня импортируемых товаров.

Перед окончательным составлением стратегии необходимо проанализировать все возможные стратегические альтернативы в рамках сложившихся миссии, видения, целей и задач.

При разработке стратегии во внимание должен приниматься временной фактор. Это связано с тем, что возможности, угрозы, планируемые изменения в рамках предприятия имеют определенные временные границы. При этом следует учитывать и продолжительность этапов осуществления конкретных действий по реализации стратегии, и промежутки контроля процесса осуществляемых преобразований.

Реализация стратегии является следующим этапом. Стратегическому управлению отводится очень важное место в процессе функционирования предприятия при осуществлении выбранной им стратегии.

Для успешной реализации стратегии необходимо придерживаться нескольких правил:

- миссия, видение, цели, задачи, ключевые показатели и сама стратегия должны быть четко доведены до всех работников, занятых в сфере внешнеэкономической деятельности для того, чтобы добиться от них не только полного понимания, но и вовлечения в процесс выполнения стратегии;

- руководство должно не только своевременно обеспечивать поступление всех необходимых для реализации стратегии ресурсов, но и иметь план реали-

зации стратегии в виде целевых показателей выполнения каждой задачи и фиксировать их достижение.

Для приведения стратегии в действие необходимо разработать действующую на постоянной основе систему планирования, мониторинга, закрепить бизнес-процессы за элементами системы, распределить ответственность и полномочия, обеспечить мотивацию. Данный подход к созданию системы стратегического управления предусматривает следующие этапы: создание условий для внедрения стратегии; разработка Системы сбалансированных показателей (на основе выработанных KPI's и аспектов деятельности, отраженных в стратегической карте) на уровне бизнес-единицы – увязка целей всех уровней с бизнес – процессами, ключевыми показателями и сотрудниками, отвечающими за их реализацию, согласование их по срокам и ресурсам; каскадирование ССП на подсистемы и элементы, а также определение структуры, по которой будет происходить каскадирование, и методов, которые будут при этом использоваться; проведение каскадирования, согласование и документирование стратегических карт; реализация стратегии и мониторинг исполнения.

Заключительным этапом стратегического управления является стратегический контроль. Он должен быть непрерывным и последовательным, поскольку от него во многом зависит правильная реализации стратегии, исключение отклонений от траектории движения, своевременная корректировка стратегических решений при изменении условий.

По мнению О. Виханского, чтобы система стратегического контроля была эффективной, она должна удовлетворять целому ряду требований: информация должна поступать своевременно, чтобы можно было своевременно принять необходимые решения по корректировке стратегии; информация должна содержать правильные данные, адекватно отражающие состояние контролируемых процессов; на информации должно быть указано точное время ее получения и точное время, к которому она относится [3].

Контроль в стратегическом управлении преимущественно осуществляется на основе ключевых показателей деятельности, которые позволяют производить контроль в реальном исчислении времени.

В большинстве случаев KPI – это величина, характеризующая тот или иной бизнес-процесс. Сравнение целевого и фактического показателя позволяет оценить степень достижения целевого значения. Как правило, ключевые показатели рассчитывается в виде отношений, процентов, средних величин и т.д.

В общем виде систему стратегического контроля на основе ключевых показателей можно представить в виде следующей схемы (рис. 1).

Рассмотренные этапы стратегического управления являются последовательным, творческим и непрерывным процессом. Только успешное и логическое завершение каждого этапа обеспечивает эффективность всего последующего процесса.

Применение стратегического управления в ВИНК на сегодняшний день является необходимым условием их эффективного функционирования. Систематизация бизнес – процессов и управление столь мощными структурами, состоящими их большого количества бизнес – единиц на основе стратегического

управления, способствует наиболее оптимальному распределению затрат и ресурсов и обеспечению стабильности бизнеса.



Рис. 1. Схема организации системы стратегического контроля

Библиографический список

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. 7-е изд. / Пер с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2007. – 496 с.: ил. – (Серия «Теория менеджмента»).
2. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы [Текст] / М.М. Алексеева. Учено-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 248 с.
3. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. Учебник. – М.: Изд-во МГУ, 1995. – 416 с.
4. Гительман Л.Д. Преобразующий менеджмент. – М.: Дело, 2006. – 496 с.
5. Зиничев Ю.А. Выбор миссии – первый шаг на пути к процветанию или банкротству [Электронный ресурс] www.dp.ru
6. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: учеб. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – 432 с.
7. Каплан Роберт С., Нортон Дэвид П. Стратегические карты / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. – 512 с.
8. Курс МВА по стратегическому менеджменту. Под ред. Л. Фазья, Р. Рэнделла: Пер. с англ. – 4-е изд. М.: Альбина Бизнес Бук, 2007. – 587 с.
9. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент. – М.: ЮНИСИТИ-ДАНА, 2000. – 375 с., Маркова В.Д. Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: курс лекций. – М.: ИНФПА-М; Новосибирск, Сибирское соглашение, 1999. – 288 с.
10. Маркова В.Д. Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: курс лекций. – М.: ИНФПА-М; Новосибирск, Сибирское соглашение, 1999. – 288 с.

11. Тамбовцев В. Цели социально-экономического развития России в четырех стратегий // Вопросы экономики. – 2008. – №3.

УДК 65.01

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Д.А. Мальшева

Саратовский государственный социально-экономический университет

Совершенствование системы стратегического управления на отечественных предприятиях способствовало возрастанию внимания к персоналу организации, его интеллекту, знаниям иностранных языков, росту уровня профессионализма и духовно нравственных начал.

Основная часть существующих на настоящий момент концепций стратегического управления персоналом, которой будем придерживаться и мы в настоящем исследовании, исходят из принципа подчинения системы стратегического управления персоналом общекорпоративной системе стратегического менеджмента.

Определения понятия «стратегического управления персоналом» представлены в таблице 1.

В целом, соглашаясь с приведенными определениями уважаемых ученых, автор хотела бы высказать свою точку зрения по данной проблеме. Следует отметить, что в современных условиях термин «управление персоналом», по нашему мнению, уже не отражает существо дела. Речь должна вестись об управлении развитием персонала, под которым следует понимать систему внутрифирменного управления процессами в количественном составе и качественном уровне персонала, поскольку именно люди являются главными источниками знаний и инструментом их обработки в целях обеспечения роста производительности труда и эффективности функционирования предприятия и обеспечения конкурентоспособности его развития. При этом под качественным уровнем подразумевается высокий профессионализм, компетентность, желание руководить и хорошо выполнять работу, коммуникабельность, высокий уровень интеллекта, работоспособность, желание и способность к самосовершенствованию, высокие духовно-нравственные начала. А всему сказанному в заключительной стадии способствуют полученные знания и умение их использовать в практической деятельности.

При внедрении системы стратегического управления, когда идет деформация всего рабочего процесса, большая роль в его успехе отводится человеческим ресурсам. Как явствует из практики работы отечественных компаний, на каждом отдельно взятом предприятии вырабатывается своя система вовлечения персонала в процесс стратегического управления. Основной идеей подготовки специалистов для работы на предприятии, внедрившем стратегическое управление, является то, что никто за пределами вашей организации не сможет обучить людей работать согласно разработанным внутри предприятия нормам, правилам, бизнес-процессам. Можно повысить квалификацию, освоить допол-

нительные навыки и умения, которые помогут в дальнейшей работе, но нельзя не участвуя в разработке системы стратегического управления переобучить персонал не только работать, но и мыслить в другой плоскости.

Таблица 1

Определение понятия «стратегическое управление персоналом»

Автор	Понятие	Определение
О. Громова	стратегия управления персоналом	долговременное качественно определенное направление в работе с персоналом, которое предполагает разработку состава последовательности принимаемых решений для достижения системой управления персоналом поставленных целей
И. Ищенко	кадровая стратегия	это набор основных принципов работы с персоналом, конкретизированных с учетом типа организации, а также типа кадровой политики
В. Маслов	стратегический менеджмент персонала	программный способ мышления и управления, который обеспечивает согласование целей, возможностей предприятия и интересов работников
М. Сорокина	стратегическое управление персоналом	сложный процесс, реализуемый переплетением регламентов и творческих процедур, не всегда укладывающийся в конкретные технологические схемы
В. Белоусов	стратегия развития персонала	это обобщающая модель действий, направленных на формирование совокупности требований к персоналу и уровню эффективности его работы, который необходим предприятию для достижения поставленных бизнес-целей
В. Бузырев, М. Гусарова, Н. Чикишева	стратегическое управление персоналом	внедрение на практике стратегического управления деятельностью фирмы
А. Кибанов	стратегическое управление персоналом	это управление формированием конкурентоспособного трудового потенциала организации с учетом происходящих и предстоящих изменений в ее внешней и внутренней среде, позволяющее организации выживать, развиваться и достигать своих целей в долгосрочной перспективе

Иными словами, руководителю предприятия и отделам, принимающим участие в разработке и внедрении системы стратегического управления, необходимо понимать тот факт, что переподготовкой персонала и реорганизацией кадровой политики в целом необходимо будет заниматься, используя в основном внутренние ресурсы.

При внедрении стратегического управления возникает ряд проблем с точки зрения взаимодействия человека и организации. Во – первых, это проблема адаптации человека к новому окружению, решение которой не всегда проходит успешно, так как требуется правильное взаимодействие обеих сторон: человека и организации. Во – вторых, это проблема коррекции или изменения поведения человека. В – третьих, это проблема изменений и модификаций в организации.

Руководители и подчиненные нуждаются друг в друге, однако выбор между авторитарностью и влиянием довольно сложен. В системе стратегического управления недопустимо использование авторитарного стиля, так как без творческого и научного потенциала сотрудников создание самой системы не представляется возможным.

В организации необходимо создать отношения сотрудничества так, чтобы влияние и полномочия распределялись между руководством и работниками оптимальным образом, обеспечивая сохранение конкурентных преимуществ.

Руководитель должен наращивать интеллектуальный капитал, растить таланты, поддерживать творческие инициативы, помогать получать хорошие результаты и предоставлять сотрудникам полномочия с тем, чтобы они проявили свои лучшие качества.

Рассматривая различные концепции стратегического управления, автор пришла к выводу, что наибольшее внимание персоналу уделяется в универсальной системе показателей деятельности (TPS). Она направлена на максимальное развитие личности всех сотрудников компании и оптимальное использование их возможностей для достижения самых высоких показателей.

Предлагаемая система предоставления полномочий имеет смысл и дает значительные долговременные результаты, когда сотрудники организации хорошо осведомлены о стратегических целях и задачах предприятия, вдохновлены четко определенной миссией и видением будущего. Каждый сотрудник должен знать, какой вклад в реализацию общей стратегии он вносит в процессе своей работы, иначе он не понимает значимости своей работы и роли в коллективе. Необходимо создать сотрудникам условия, чтобы они могли наиболее полно применить свои способности. Предоставляя полномочия, необходимо учитывать квалификацию и опыт каждого работника. Следует быть уверенным в том, что даны все полномочия, которые могут потребоваться в определенной ситуации. Однако предварительно надо определить круг вопросов, входящих в компетенцию сотрудника, и по каким из них он имеет право самостоятельно принимать решения. Не менее важно определить, по каким вопросам сотрудник сам может принимать решение и обязательно информировать руководителей о принимаемых решениях, а по каким нужны консультации до осуществления действий.

Э. Алленбо выводит формулу предоставления полномочий, в которой привлекается внимание к тем существенным элементам, которые помогают добиться долговременных организационных результатов. Каждый элемент сам по себе не дает эффекта, к которому стремится большинство предприятий. Но сочетание этих элементов усиливает их действие и обеспечивает увлеченность и приверженность делу, которые наблюдаются в высокорезультативных организациях. Рассмотрим формулу:

$$E=f(M+A+C) \times S \quad (1)$$

Предоставление полномочий – это:

$$f \text{ (функция)} \left[\begin{array}{l} \text{Mission [Миссия]} + \\ \text{Authority [Право решать]} + \\ \text{Competence [Компетентность]} \end{array} \right] \times \text{Stewardship [чувство ответственности]}$$

При применении данной функции в стратегическом управлении понимание и приверженность миссии целесообразно будет заменить на понимание и приверженность стратегии. Таким образом, функция будет иметь следующий диапазон значений:

$$f \text{ (функция)} \left[\begin{array}{l} \text{Strategy [Стратегия]} + \\ \text{Authority [Право решать]} + \\ \text{Competence [Компетентность]} \end{array} \right] \times \text{Stewardship [чувство ответственности]}$$

Стоит согласиться с Э. Алленбо, что верность стратегии, делегирования прав и обеспечения компетентности все-таки недостаточно для предоставления полномочий. Наличие перечисленных элементов, помноженных на «ЧУВСТВО ответственности», «запускает» каталитический процесс, приводящий к высоким индивидуальным и коллективным результатам. «ЧУВСТВО ответственности» предполагает постановку вопроса: «Отвечает ли то, что я делаю теперь, интересам моей компании?» – и побуждает каждого быть лучше, работать лучше и пользоваться ресурсами компании так, словно это его собственные [1].

В обмен на более широкое участие в принятии решения сотрудники должны взять на себя обязательство действовать в интересах всей организации. Предоставляя сотрудникам право и возможность выбора образа действий, они должны понимать, что от них ждут определенных результатов – выполнения контрольных показателей деятельности. Возложение ответственности и вера в сотрудника является таким же сильным средством мотивации, как денежные средства и нематериальное стимулирование.

Большая роль в подготовке и переподготовке персонала должно играть наставничество, в процессе которого на уровне группового взаимодействия, где происходит передача и обмен большей частью знаний, и осуществляется обучение новым приемам, методам, процедурам.

Д. Нортона и Р. Каплан приводят три принципиальных направления обучения и развития персонала при внедрении стратегического управления на пред-

приятности: возможности работника, возможности информационных систем, мотивация, делегирование полномочий, соответствие личных целей корпоративным.

Суть процесса наставничества схематично можно представить в виде схемы (рисунок 1).



Рис. 1. Суть процесса наставничества

Наставничество напрямую не может быть не связано с оплатой труда. Работники, не боясь материальных потерь, как правило, более открыто и честно оценивают свое положение и участвуют в выработке планов действий для устранения недостатков.

Организация процесса наставничества предъявляет новые повышенные требования к способностям высшего руководства: помимо способности к стратегическому видению и анализу, к разработке механизмов внедрения стратегии, обладания деловыми и организационными качествами, необходим педагогический опыт и психологические знания особенностей личности.

Процесс подготовки и наставничества персонала, по мнению ведущих ученых, должен происходить поэтапно. Первоначальным моментом в рамках вне-

дрения стратегического управления, по мнению О. Виханского, необходимо ознакомить сотрудников с основными сторонами жизнедеятельности организации, их ценностными, поведенческими и нормативными характеристиками, такими как: миссия и основные цели, допустимые и предпочтительные средства, которые могут быть использованы для достижения целей организации, имидж и отличительный образ, который имеет и создает организация, принципы, правила и нормы, обеспечивающие отличительные особенности и существование организации как единого организма, обязанности, которые должен будет взять на себя человек, вступив в определенную роль в организации, поведенческие стандарты, которым должен будет следовать человек, выполняя роль [2].

На первом этапе предполагается достигнуть следующих результатов:

- формирование представления о стратегии предприятия и технологии ее разработки;

- диагностики с помощью оценочно-обучающих методов и моделей «стратегических» способностей каждого сотрудника, его будущее поведение, что позволяет создать представление о сотруднике и его потенциале, выработать и применить методы управления изменениями и преодоления возможного сопротивления.

- формирование работоспособного коллектива (группы), способного предлагать и внедрять стратегические изменения;

- формирование корпоративного духа, планирование мероприятий по созданию организационной культуры предприятия.

На следующем этапе необходим переход сознания персонала из стратегических целей в область конкретных показателей эффективности, для чего необходимо ознакомление персонала с ключевыми показателями деятельности предприятия и его бизнес-единиц.

Коллективно на уровне бизнес-единицы распределяются бизнес-процессы и ответственные за их реализацию сотрудники, вырабатываются контрольные показатели для каждого бизнес-процесса и сотрудника, задействованного в нем. Выполнение разработанных показателей должно обеспечить достижение стратегических целей и выполнение ключевых показателей, предусмотренных в стратегии.

Результатом данного этапа является: коллектив сплачивается на выполнение стратегических целей и задач; постепенно вырабатывается стратегическое мышление, соответствующая корпоративная культура; повышается имидж и привлекательность предприятия; предприятие достигает желаемого стратегического состояния; появляется организационно-управленческий механизм систематизированного, периодического пересмотра и корректировки стратегий; стратегическое мышление становится устойчивой, необратимой формой мотивации и действий персонала; в процесс стратегического управления вовлекаются функциональные группы управленческого персонала; происходят дальнейшие позитивные изменения в культуре, имидже, привлекательности предприятия, его потенциала.

Для профессионального совершенствования и роста сотрудников активно используются возможности мотивации, обучения и ротации. Для этого

компания: используют интегрированную систему планирования карьеры работников и активного управления ею на всех организационных уровнях; координируют систему планирования карьеры с системой оплаты труда и системой обучения и развития персонала; используют «вертикальную» и «горизонтальную» ротацию работников, предоставление работникам возможностей получить новый опыт с тем, чтобы поддерживать их заинтересованность и рабочую мотивацию, развивать в них понимание смежных областей бизнеса.

Для достижения наибольшей экономической эффективности необходимо уделять большое внимание мотивации работников и их заинтересованности в достижении наилучших результатов.

Следует отметить, что на сегодняшний день в экономической литературе отсутствует единое определение понятия «мотивация» (таблица 2).

В целом, в какой-то мере мы согласны с данными определениями и считаем, что мотивация дает возможность наиболее полно раскрыть потенциал работников и побуждает персонал к наращиванию индивидуальных профессиональных навыков. Это структура индивида, которая может меняться в большинстве случаев сознательно в рамках воспитания человека, его интеллектуального развития. Основными мотивами здесь могут быть: справедливость оценки результатов труда руководителем; признание достижений отдельного работника и коллектива в целом; возможность совершенствования и развития в профессиональном и деловом плане; возможность реализации своих творческих и интеллектуальных способностей; перспектива служебного роста; интерес к работе; возможность новаторства; материальное и моральное вознаграждение; духовно-нравственные ценности.

Таблица 2

Определение понятия «мотивация»

Автор	Определение
1	2
М. Магура, М. Курбатов	Понимается внутреннее состояние человека, связанное с потребностями, которые активируют, стимулируют и направляют его действие к поставленной цели
М. Мескон	Мотивация – это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей и целей организации
О. Виханский, А. Наумов	Мотивация – это силы, внутри и вне человека, которые возбуждают в нем энтузиазм и упорство в выполнении определенных действий
Ж. Нюттен	Мотивация – активный процесс направления поведения к предпочитаемым ситуациям и объектам

1	2
С. Занюк	Мотивация – совокупность побуждающих факторов, которые определяют активность личности и определяют направление ее действий
С. Шапиро	Мотивация трудовой деятельности – процесс удовлетворения работниками своих потребностей и ожиданий в выбранной ими работе, осуществляемый в результате реализации их целей, согласованных с целями и задачами предприятия, и одновременно с этим как комплекс мер, применяемых со стороны субъекта управления для повышения эффективности труда работников
Р. Дафт	Мотивация – совокупность внешних и внутренних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности и придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определённых целей
Э. Уткин	Мотивация – состояние личности, определяющая степень активности и направленности действий человека в конкретной ситуации
Ю. Медведева	Понимается процесс непрерывного в воздействия на работника в совокупности желаний, интеллектуальных потребностей в духовной мотивации в целях формирования ею мотивационной структуры, ценностных ориентаций и интереса, в соответствии с направлением социально-экономической системы, и развитие и наращивание своего трудового потенциала
В. Травина, В. Дятлова	Развивают понятие мотивации через стимулирование. Стимулирование – это применение по отношению к человеку стимулов для воздействия на его усилия, старания, целеустремленность в деле решения задач, стоящих перед организацией и включение соответствующих мотивов

Общее вознаграждение подразделяется на материальное и нематериальное. Одним из средств мотивации является предоставление возможности участия сотрудникам в акционерных программах.

Подводя итоги вышесказанному, представим систему управления персоналом в виде таблицы (таблица 3).

Сквозная интегрированная система процессов управления персоналом

Планирование и политика			
<p>Разработка методологии прогнозирования потребностей в персонале Разработка плана потребностей в персонале (на разных уровнях) Анализ структуры и характеристик персонала Обеспечение соблюдения требований законодательства Разработка нормативных документов по работе с персоналом Стандартизация и систематизация кадровых процессов Планирование, проведение и оформление организационных изменений Планирование преемственности, кадрового резерва, «мобильного» персонала Разработка и внедрение сквозной системы показателей и кадровой отчетности Внедрение организационной структуры и штатного расписания Составление, утверждение и мониторинг бюджета кадровой службы</p>			
Привлечение, отбор и найм	Мотивация и вознаграждение	Обучение и развитие	Перемещение и вывод на пенсию
<p>Определение источников привлечения различных групп персонала Разработка программы и плана работ по привлечению персонала из разных источников Создание и актуализация базы данных по имеющимся и запланированным вакансиям Определение условий найма, подготовка и подписание трудовых договоров и оформление переводов Разработка и внедрение вводных курсов для новых работников</p>	<p>Оценка должностей, разработка и управление тарифной сеткой и системой разрядов Разработка и управление политикой вознаграждения персонала Разработка и администрирование структуры пакета вознаграждения для различных групп работников Разработка и управление программами вознаграждения для отдельных групп персонала Разработка и отслеживание показателей и критериев результативности Разработка и управление переменной частью вознаграждения Управление и админист-</p>	<p>Определение потребностей в обучении и развитии для разных групп работников с учетом корпоративных стандартов и программ обучения Формирование бюджета по обучению и развитию Определение и планирование форм, видов и поставщиков обучения для разных групп работников Разработка и внедрение методологии оценки эффективности обучения Разработка планов развития карьеры для разных групп работников</p>	<p>Разработка политики управления «мобильным» персоналом Управление процессами перемещения, ротации, командирований Оформление и поддержка при выходе работника на пенсию</p>

Поддержка и мониторинг результативности в первые месяцы работы	стрирование программ социальной защиты и дополнительных льгот Управление программами вознаграждения		
Управление информацией			
<p>Разработка и управление системой внутрикорпоративного информирования и обмена знаниями</p> <p>Разработка и реализация внутренних PR-программ</p> <p>Управление информированием целевых аудиторий вне компании с целью продвижения корпоративного бренда</p> <p>Разработка, внедрение и поддержка единой кадровой информационной системы</p> <p>Разработка и управление системой сбора и учета предложений работников по улучшению методов/способов работы</p> <p>Кадровое делопроизводство</p> <p>Составление и представление сводных данных о персонале руководству</p>			

Таким образом, мы полностью согласны с учеными – экономистами, считающими интеллектуальный капитал, получаемый в процессе управления развитием персонала, ключевой компонентой совершенствования стратегического управления предприятия.

Библиографический список

1. Алленбо Э. 5 стратегий великих компаний. – М.: Росмэн-Пресс, 2005. – 256 с.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник – 2-изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2000. – 296 с.

ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА ИНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗАТЕЛЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА ИНТЕГРИРОВАННУЮ БИЗНЕС-СТРУКТУРУ

*О.П. Осадчая, Е.Б. Кожевников
Рубцовский индустриальный институт,
ООО «ЗЕРНО-СОЮЗ», г. Рубцовск*

Для измерения налоговой нагрузки на интегрированную структуру, в условиях применения ее бизнес-единицами различных режимов налогообложения, необходимо определить интегральный показатель, с которым сравнивалась общая сумма налогов. Данный показатель должен учитывать число налогов, порядку возникновения налоговых обязательств, механизм их исчисления и источники покрытия налоговых сумм.

В настоящее время нет единства в вопросах определения налоговой нагрузки на уровне экономического субъекта. Применяемые на практике методики отличаются друг от друга количеством налогов, включаемых в расчет нало-

говой нагрузки (включение налога на доходы физических лиц (НДФЛ) и косвенных налогов), что принимается в качестве интегрального показателя, соотносимого с суммой налогов.

Так, при выборе интегрального показателя некоторые авторы [1], [4, с.14 и др.] используют в расчетах выручку предприятия (или валовой внутренний продукт предприятия (ВВП)). Более того, Е.С. Вылкова в качестве базы сравнения предлагает использовать показатель «налоговые доходы-брутто», включающий в себя как выручку от реализации, так и внереализационные доходы, увеличенные на сумму косвенных налогов [3]. Однако выручка включает кроме доходов материальные и приравненные к ним затраты, в том числе амортизационные отчисления. Средства, поступающие предприятиям в качестве оплаты в виде затратной части выручки, могут выступать лишь временными источниками уплаты налогов. В противном случае, по истечении определенного срока такое предприятие, использующее собственные оборотные средства и амортизацию не по прямому назначению, а в основном для уплаты налогов, может обанкротиться или испытывать серьезные финансовые затруднения [11, с. 64]. А.Н. Кадушин и Н.М. Михайлова предлагают сопоставлять сумму налоговых платежей с добавленной стоимостью [5, с. 16], этот же базовый показатель приводится и в работе [14, с. 31]. С ними согласен М.И. Литвин [8, с. 29]. Е.А. Кирова в качестве показателя, соотносимого с суммой налогов, предлагает использовать вновь созданную стоимость, которая определяется путем вычитания из добавленной стоимости сумм амортизационных отчислений с целью исключения их влияния на величину налоговой нагрузки [7, с. 31]. Данное мнение было разделено в работе [10, с. 94].

М.Н. Крейнина в качестве универсального показателя использует чистую прибыль [2]. Применение этого показателя является не совсем корректным измерителем налоговой нагрузки, поскольку предприятие может работать, не принося прибыль, но исправно платить налоги. С таким пониманием согласилась в своей работе О.С. Салькова [15], предложив авторскую методику оценки уровня налогообложения убыточных предприятий, с использованием факторной модели аддитивного типа. В качестве интегрального показателя налоговой нагрузки убыточного предприятия, с которым сравнивается общая сумма налогов, предложено использовать источник возникновения налогового обязательства (действия, события, состояния, имеющие стоимостную оценку). К таким было отнесено: реализация товаров (работ, услуг), владение имуществом; совершение сделки купли-продажи; выплаты, вознаграждения и иные доходы, начисляемые работодателями в пользу работников по всем основаниям [15, с. 41]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что многие исследователи стали склоняться к разработке методики налоговой нагрузки с использованием нескольких показателей.

Идея отказа от универсального показателя отмечается в работах [17, 9].

К примеру, Е.В. Чипуренко не видит целесообразности в использовании единого интегрального показателя и предлагает рассчитывать налоговую нагрузку на финансовый результат и на денежные потоки предприятия [17, с. 8, с. 11]. Межанский М.А. предложил использовать следующие показатели: выруч-

ка; численность работающих; прибыль; фонд оплаты труда; фонд оплаты труда с начислениями; цена [9, с. 20].

Использование раздельной системы показателей было предложено и Островенко Т.К. Он, исследовав показатели налоговой нагрузки, разделил их на частные и обобщающие. В расчет обобщающих показателей было предложено использовать: выручку от продаж, среднегодовую сумму валюты баланса, среднегодовую сумму собственного капитала по балансу, прибыль до налогообложения.

Частные показатели предложено было вычислять по источникам возмещения: объему продаж, себестоимости реализованной продукции, валовой прибыли (до налогообложения), чистой прибыли. Кроме того, при необходимости может быть рассчитана налоговая нагрузка в расчете на одного работника. Этот показатель позволяет определить вклад отдельного работника в формирование прибыли предприятия с объема налоговых платежей в бюджет и во внебюджетные фонды. Достоинствами такой методики является то, что она позволяет с различной степенью детализации, в зависимости от поставленной управленческой задачи, считать налоговую нагрузку и может применяться субъектами любых хозяйственных отраслей. В то же время эта методика не в полной мере учитывает наличие необходимых для формирования источников, необходимых для погашения налоговых обязательств [13].

По достоинству оценивая вклад ученых и практиков в решение вопроса связанного с выбором знаменателя, с которым бы соотносилась величина налогов и в разработку методик оценки уровня налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов, отметим, что предложенные показатели могут быть применимы в качестве дополнительной информации о тяжести налогового бремени, а также при оценке эффективности налогового управления предприятием. Наша же цель в рамках данного исследования заключается в разработке универсального показателя налоговой нагрузки на интегрированную бизнес-структуру.

Сложность создания универсального подхода к определению общего знаменателя для налоговых платежей возрастает в связи с тем, что в состав бизнес-группы входят предприятия с различной отраслевой принадлежностью, масштабами деятельности, различными режимами налогообложения.

В связи с этим, с целью поиска универсального показателя, существенно важным, на наш взгляд, становится рассмотрение вопроса использования отдельных методик измерения величины налоговой нагрузки на предприятиях той или иной отраслевой принадлежности.

Так, для промышленных предприятий оптимальным является показатель – добавленная стоимость. Соответственно возникает вопрос: чью методику использовать при исчислении данного показателя, Кадушина А.Н. и Михайловой Н.М. или Литвина М.И.? Согласно методике А.Н. Кадушина и Н.М. Михайловой, добавленная стоимость находится путем вычитания из стоимости произведенной продукции стоимости потребленных материальных средств производства (сырья, энергии и пр.) и услуг других организаций. Использование показателя, исчисленного таким образом, позволяет определить налоговую нагрузку как функцию типа производства, изменяющуюся в зависимости от колебаний за-

трат на материальные ресурсы, оплату труда или амортизацию. Но не учитывает влияние таких налогов, как налог на имущество, платежи за пользование природными ресурсами, земельный налог.

В методическом подходе Литвина М.И. данные недостатки снимаются, и добавленная стоимость выступает как источник уплаты налогов.

Для торговых предприятий основным источником самофинансирования является валовой доход (ВД) или торговая наценка – превышение выручки от продажи товаров над затратами по их приобретению. По сути, – это добавленная стоимость.

Валовой доход предприятия торговли может быть представлен как сумма издержек обращения (коммерческих расходов), сальдо прочих доходов и расходов (операционных и внереализационных), налога на прибыль (НП), сальдо отложенных налоговых активов и обязательств, чистой прибыли предприятия ($ПР_ч$).

В составе издержек обращения выделяются следующие элементы:

- затраты на оплату труда (ФОТ);
- платежи во внебюджетные фонды за налоговый период (ВП);
- амортизация (АО);
- прочие расходы.

По нашему мнению, наиболее приемлемым показателем измерения налоговой нагрузки для предприятий, применяющих общий режим налогообложения, выступает добавленная стоимость:

$$ДС = АО + (ФОТ + ВП) + НО + ПР_ч, \quad (1)$$

где АО – амортизационные отчисления,

ФОТ – начисленный фонд оплаты труда,

ВП – начисленные платежи во внебюджетные фонды за налоговый период,

НО – налоги, относимые на издержки производства и обращения, налоги, уплачиваемые из выручки предприятия, и налоги, относимые на финансовый результат,

$ПР_ч$ – чистая прибыль организации.

Преимущество методики налоговой нагрузки, в которой будет использоваться этот показатель, заключается в том, что сумма налогов соотносится с добавленной стоимостью, то есть с источником дохода.

Данный показатель универсален и может быть применен как к производственным предприятиям, так и к предприятиям торговли, находящимся на общем режиме налогообложения.

Существующие методики определения налоговой нагрузки способны комплексно оценить уровень налогообложения предприятия, применяющего общий режим налогообложения. Но не могут быть использованы в качестве оценки налоговой нагрузки при применении предприятием специального налогового режима в силу особенностей исчисления налогооблагаемой базы по единому налогу, уплачиваемому при том или ином специальном режиме налогообложения.

Активное применение предприятиями специальных налоговых режимов вызвало необходимость дальнейшего исследования универсальных показате-

лей, на основе которых может определяться налоговое бремя хозяйствующих субъектов, а изучение экономической литературы, по данной проблематике, указало на недостаточную проработку данного вопроса.

В связи с чем в качестве интегрального показателя среди методик оценки налоговой нагрузки, которые можно было бы применить при использовании специальных налоговых режимов, выделяются следующие: сумма ожидаемого годового дохода [12], расчетная прибыль в общей и упрощенной системах налогообложения, чистая прибыль [16], добавленная стоимость [6].

Представленные выше методики измерения величины налогового бремени применимы лишь для сравнения упрощенной системы налогообложения (УСНО) с общим режимом налогообложения, и могут быть применимы при выборе того или иного варианта налогообложения. Но их использование в дальнейшем становится некорректным.

Так, при поиске оптимального интегрального показателя исчисления налоговой нагрузки в условиях применения специальных режимов налогообложения следует отказаться от использования такого базового показателя, как прибыль. И это связано в первую очередь с присутствием расхождений бухгалтерских и налоговых правил исчисления прибыли (убытка), а во вторую, как отмечено выше, предприятие может быть убыточным, но определенное время исправно платить налоги. К тому же при применении УСНО, получив убыток от деятельности, исчисленный по налоговому учету, предприятие все равно осуществляет платежи с дохода (речь идет об исчислении минимально налога).

Использование показателя доход тоже, по нашему мнению, является не совсем корректным. Потому, что в интегрированной группе с целью оптимизации налоговых выплат могут быть использованы различные варианты отсрочки платежей. С этой позиции не стоит рассматривать и показатель «доходы, уменьшенные на величину расходов», исчисляемый как при применении УСНО с соответствующим объектом налогообложения, так и при применении системы налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (ЕСХН).

Поэтому самым оптимальным базовым показателем мы считаем показатель добавленной стоимости, смодифицированный на условия применения УСНО и ЕСХН:

$$ДС = P_{осн} + (ФОТ + ВП) + НО + ПР_ч, \quad (2)$$

где $P_{осн}$ – расходы на приобретение (создание самим налогоплательщиком) основных средств и нематериальных активов, учитываемые в порядке, предусмотренном УСНО или ЕСХН,

ФОТ – начисленный фонд оплаты труда,

ВП – начисленные платежи во внебюджетные фонды за налоговый период,

НО – налоговые платежи, включая единый налог, исчисляемый при применении УСНО или ЕСХН,

$ПР_ч$ – чистая прибыль организации.

В формуле вместо амортизации используется сумма расходов, направленная на приобретение основных средств, которая в налоговом учете значительно влияет на размер единого налога, уплачиваемого при применении одного из специальных режимов налогообложения.

Фонд оплаты труда, платежи во внебюджетные фонды за налоговый период и налоговые платежи, включая единый налог, исчисляемый при применении УСНО или ЕСХН, отражаются суммами начислений, а не уплаты.

Изучив различные методы исчисления налогового бремени хозяйствующего субъекта, представленные в научной, учебной и публицистической печати, делаем вывод о целесообразности использования в качестве интегрального показателя при измерении налоговой нагрузки на интегрированную структуру добавленную стоимость. Сам показатель требует модификации и после чего примет вид:

$$ДС = (АО + P_{осн}) + (ФОТ + ВП) + НО + ПР_ч. \quad (3)$$

Расшифровка соответствующих элементов формулы (3) приведена выше.

В предлагаемую формулу включаются не только налоги, относимые на издержки производства и обращения, но налоги, уплачиваемые из выручки предприятий интегрированной группы и налоги, относимые на финансовый результат. Это позволит в дальнейшем рассматривать выражение (3) в качестве исходного для планирования налоговых платежей интегрированного объединения.

Определив общий знаменатель, к которому будет приводиться уровень тяжести налогового бремени интегрированной группы, перейдем к количеству налогов, включаемых в расчет налоговой нагрузки. Понимая, что данный вопрос выходит за рамки статьи, отметим следующее: методический подход расчета налоговой нагрузки предусматривает включение общей величины налоговых обязательств, возникших в процессе ведения деятельности за календарный год и представляет собой совокупность сумм, начисленных за год каждого из обязательных платежей, которые должно уплачивать интегрированное образование в бюджетную систему, вне зависимости от того, является оно налогоплательщиком (плательщиком) или налоговым агентом.

Библиографический список

1. Приказ ФНС РФ от 30.05.2007 N MM-3-06/333@ (ред. от 22.09.2010) «Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок».
2. Бородин В.А., Малахов П.В. Налоговая нагрузка как составляющая финансовой устойчивости предприятия // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. №32 // Консультант плюс: приложение, бухгалтерская пресса и книги.
3. Вылкова Е.С. Расчет налогового бремени в современных российских условиях // Налоговый вестник. – 2002. №12. С. 132-135.
4. Гофтман А.П. Методика оценки налоговой нагрузки предприятий малого бизнеса в границах «Налогового коридора»: автореферат дисс. ... канд. эк. наук: 08.00.10 / Гофтман Анна Павловна. – Иваново 2008. – 19 с.
5. Кадушин А.Н., Михайлова Н.М. Насколько посильно налоговое бремя в России (попытка количественного анализа) // Финансы. – 2005. №7. С. 15-21.

6. Карягин А.Э. Налоговое планирование субъектов малого бизнеса: автореферат дисс. ... канд. эк. наук: 08.00.10 / Карягин Александр Эдуардович. – Иваново 2008. – 18 с.

7. Кирова Е.А. Методология определения налоговой нагрузки на хозяйствующие субъекты // Финансы. – 1998. №9. С. 30-32.

8. Литвин М.И. Налоговая нагрузка и экономические интересы предприятий // Финансы. – 1998. №5, с. 29-31.

9. Межанский М.А. Развитие налогового планирования в холдингах России: автореферат дисс. ... канд. эк. наук: 08.00.10/ Межанский Максим Александрович. – М., 2009. – 23 с.

10. Налоги и налогообложение: учебник / под ред. Б.Х. Алиева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 448 с.: ил.

11. Налоговый менеджмент: учеб. пособие / С.В. Барулин, Е.А. Ермакова, В.В. Степаненко. – М.: Омега-Л, 2008. – 269 с.

12. Новодворский В.Д., Сабанин Р.Л. Оценка налоговой нагрузки при переходе на упрощенную систему налогообложения // Финансы. – 2004. №6 // Консультант плюс: приложение, бухгалтерская пресса и книги.

13. Островенко Т.К. Налоговая нагрузка на предприятие: обобщающие и частные показатели системы // Аудиторские ведомости. – 2001. №9 // Консультант плюс: приложение, бухгалтерская пресса и книги.

14. Райзберг Б., Ибрагимов Р. Налоговая нагрузка на российские предприятия // Консультант директора. – 2001. №6(138). С. 30-34.

15. Салькова О.С. Методы оценки уровня налогообложения убыточных предприятий // Финансы. – 2005. №10. С. 39-43.

16. Смирнова С.М. Анализ целесообразности применения упрощенной системы налогообложения торговыми предприятиями // Бухгалтерский учет и налоги в торговле и общественном питании. – 2007. №4 // Консультант плюс: приложение, бухгалтерская пресса и книги.

17. Чипуренко Е.В. Налоговая нагрузка предприятия: анализ, расчет, управление. – М.: Налоговый вестник, 2008. – 464 с.

ББК У9 (2 Рос) – 551.1

УДК 651.01

КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КОМПАНИИ

Ю.В. Приказчикова

Нижегородский государственный университет

им. Н.И. Лобачевского – Национальный исследовательский университет

Управление инновационной деятельностью компании имеет особое значение на современном этапе развития экономики, в условиях высококонкурентной и динамично глобализующейся рыночной среды, оказывая значительное влияние на стратегию, цели и методы управления компанией. В статье рассмотрены ключевые концепции управления инновационной деятельностью.

Инновационное развитие организации в современных условиях – неотъемлемая часть ее основной деятельности, так как способствует повышению уровня конкурентоспособности продукции и организации в целом.

Внедрение инноваций – один из ключевых факторов роста производительности труда и благосостояния, повышения эффективности управления организацией. Опыт промышленно развитых стран показывает, что роль инноваций в экономике велика. Они как проявление НТП помогают изменять и совершенствовать не только товары и услуги, но и систему управления организациями, приводя ее в соответствие с требованиями современной среды [3, с. 33]. Деловая среда, характер инноваций и условия конкуренции в последние десятилетия существенно изменились. Глобализация и смена бизнес – моделей на всем протяжении цепочек создания стоимости привели к радикальным изменениям в производстве товаров и услуг: компоненты, произведенные в одном месте, собираются в другом, а продаются в третьем.

Задача управления инновационной деятельностью крупных компаний в условиях неопределенной, быстро меняющейся внешней среды на современном этапе решается с использованием современных подходов и моделей управления, которые соответствуют современным условиям функционирования компаний.

Различают две модели (концепции) управления инновационной деятельностью компании, а именно:

- 1) концепцию «закрытых, внутренних инноваций»;
- 2) концепцию «открытых, внешних инноваций».

Концепция «закрытых инноваций» предполагает функционирование крупных, научно – исследовательских лабораторий внутри компании, разрабатывающих технологии. Вся цепочка создания стоимости реализуется внутри фирмы – начиная с этапа создания новой идеи или продукта до их конечного вывода на целевые рынки. Соответственно, все внутрифирменные лабораторные разработки держатся в строжайшем секрете.

Согласно данной концепции, во время исследовательского процесса происходит тщательный отбор и фильтрация идей, которые доводятся до этапов разработки и коммерциализации. Такой подход предполагает сохранение наиболее привлекательных проектов, которые прошли ряд внутренних проверок и, как считается, имеют высокую вероятность успешной коммерциализации.

Модель «закрытых, внутренних инноваций» на протяжении многих лет считалась традиционной и лежала в основе корпоративных бизнес – моделей. Однако к концу XX века она в значительной степени потеряла свою актуальность.

К основным факторам, свидетельствующим об ограниченности данной бизнес – модели, можно отнести:

- 1) постоянно возрастающую мобильность опытных и профессионально подготовленных специалистов;
- 2) увеличение объемов частного венчурного капитала, используемого для создания стартап компаний, воплощающих результаты внешних исследований в новых продуктах;

3) постоянно сокращающийся жизненный цикл и время вывода на рынок новых товаров и услуг.

В ситуациях, где действуют перечисленные выше факторы, модель «закрытых инноваций» не может работать эффективно.

В качестве альтернативной стратегии была выдвинута концепция «открытых инноваций», основателем которой является профессор Калифорнийского университета Генри Чесбро. Чесбро высказывает предположение, что способ, при помощи которого предлагаются и выводятся на рынок новые идеи, претерпевает фундаментальные изменения. Основы новой концепции заключаются в пересмотре внутренних процессов управления НИОКР в сторону их открытости, диффузии технологий.

Открытые инновации – подход к инновациям, который позволяет получать максимальную прибыль от совместного создания и коммерциализации инновационных проектов. Основная идея состоит в том, что в современном мире знания широко распределены и поэтому компании получают максимум эффекта, если будут привлекать (покупать или лицензировать) результаты чужих изобретений и делиться (открывать для лицензирования и продавать) своими технологиями. Открытые инновационные процессы предполагают свободное и добровольное заинтересованное взаимодействие многих независимых участников (как отдельных людей, так и организаций) в условиях достаточно развитых, цивилизованных рыночных отношений [1, с. 5].

Можно выделить следующие ключевые факторы для перехода к открытым инновациям:

1) нарастающая глобальная конкуренция спрессовывает время выхода на рынки, вынуждая компании ускорять инновационный процесс и быстрее развивать коммерчески жизнеспособные продукты и услуги;

2) растущая сложность и мультидисциплинарный характер инноваций делают их дороже и рискованней. Все больше компаний теряет возможность осуществлять инновации из-за того, что в рамках отдельной организации слишком дорого добывать и поддерживать все необходимые знания о технологиях и новых рынках [2, с. 24-25];

3) в свою очередь, для многих задач, на решение которых компания тратит огромные ресурсы, в мире существуют эффективные решения, доступные по сравнительно невысоким ценам;

4) не все, что придумывают исследователи, используется компанией (по оценкам экспертов, более 80% официально зарегистрированных патентов, которыми владеют компании, не используются в коммерческих целях);

5) многие из проектов, которые компания отмечает, на самом деле обладают ценностью, но просто неприменимы внутри компании, не соответствуют ее бизнес – модели;

6) идеи, которые компании не могли использовать в текущий момент, могли быть потеряны.

Схему процессов закрытой и открытой инновации можно продемонстрировать следующим образом (табл. 1) [1, с. 5].

Таблица 1

Схема процессов закрытой и открытой инновации

Этап \ Участник	Закрытая инновация	Открытая инновация			
	A	A	B	C	D
1. Идея					
2. Разделение идеи = инсайт (экскурс, озарение)					
3. Приложение идеи к задаче (изобретение)					
4. Использование изобретения (инновация)					

Исходя из схемы, процесс инновации рассматривается в составе следующих этапов:

1. Идея -> 2. Разделяемая идея = инсайт -> 3. Приложение идеи к практике = изобретение -> 4. Использование изобретения = инновация. В процессе закрытой инновации – один участник. В процессе открытой инновации – несколько участников, - например, A, B, C, D, каждый из которых – персона или группа (организация), возможно, из разных стран. Концепция открытой инновации – опора на внешних участников как источников идей и как средств коммерциализации идей.

Отметим подробнее различия в концепциях «закрытых» и «открытых» инноваций (табл. 2).

Таким образом, внедрение открытых инноваций требует нового отношения к ситуации по сравнению с логикой закрытых инноваций.

Открытые инновации – многогранное явление. В литературе описано множество различных его практик: стратегические альянсы и партнерства, субподряды и аутсорсинговые контракты, лицензирование, совместные предприятия, создание компаний на базе университетов, совместное использование технологического оборудования и установок, межотраслевые альянсы, сотрудничество в сфере стандартизации, совместные и скоординированные разработки, корпоративные венчурные инвестиции, инновации с ценными бумагами, научно – производственная кооперация.

Процесс открытых инноваций может осуществляться в пяти основных формах:

- привнесение знаний извне;
- передача знаний;
- партнерство;
- венчуры;
- инновации по инициативе пользователей.

На практике компании сочетают различные стратегии в зависимости от особенностей конкретного рынка, технологии и других обстоятельств.

Таблица 2

Различия в концепциях «закрытых» и «открытых» инноваций

<i>Принципы «закрытых инноваций»</i>	<i>Принципы «открытых инноваций»</i>
1. Один участник (компания)	1. Несколько участников
2. Талантливые, компетентные люди, разбирающиеся в данной области, работают только на конкретную компанию	2. Далеко не все талантливые, компетентные люди работают на компанию. Должно быть взаимодействие с талантливыми людьми, действующими как в данной компании, так и за ее пределами
3. Для получения прибыли от НИОКР работники компании должны сами совершить открытие, разработать его до уровня продукта и довести до конечного результата	3. Значительную ценность могут создавать внешние НИОКР. Возможность опоры на внешних участников как источники идей, так и средств коммерциализации идей
4. Если компания сделает открытие, то она сможет первой выйти с ним на рынок	4. Компании не обязательно самой проводить исследования, чтобы на основе их результатов получить прибыль
5. Компания, которая доводит инновацию до рынка первой, выигрывает	5. Создание более совершенной модели бизнеса важнее, чем выход первым на рынок
6. Если компания сама создаст на рынке большую часть лучших идей, она выиграет	6. Если компания наилучшим образом воспользуется внутренними и внешними идеями, она выиграет
7. Компания должна эффективно контролировать свою интеллектуальную собственность, чтобы конкуренты не воспользовались ее идеями с прибылью для себя	7. Компания должна получать прибыль от использования другими интеллектуальной собственности компании, и компания сама должна покупать интеллектуальную собственность у других компаний каждый раз, когда она соответствует бизнес – модели компании

Процесс привнесения извне создает новые коммерческие возможности путем использования и интеграции внешних знаний клиентов, поставщиков, исследовательских организаций и конкурентов. Он может осуществляться посредством закупки лицензий, привлечения внешних инновационных компаний, приобретения специализированных поставщиков либо сделок с ними в рамках цепочки создания стоимости. В данном случае процесс открытых инноваций концентрируется на повышении эффективности инновационной деятельности в

отдельной фирме. Подобный тип открытых инноваций по своей природе более иерархичен и нацелен на коммерческое использование полученных извне технологий.

Процесс передачи знаний во внешнюю среду в основном мотивируется стремлением увеличить отдачу от внутренних технологических разработок за счет поиска новых сфер их применения и доведения имеющихся знаний до тех рынков, где они могут быть востребованы. Это может достигаться путем продажи либо лицензирования интеллектуальной собственности, вступления в межотраслевые альянсы. Такой вариант открытых инноваций нацелен на получение выгоды от использования собственных технологий, для него более характерна горизонтальная организация.

Партнерство сочетает описанные выше подходы благодаря кооперации в рамках стратегических альянсов по совместной разработке новых технологий, продуктов, услуг и рынков. В этой модели участники инновационного процесса сотрудничают в альянсах и сетях, внося в них взаимодополняющие знания. Отношения между партнерами обычно носят равноправный характер. Как правило, данный тип открытых инноваций не просто соответствует взаимным договоренностям о выгодах, доступе к интеллектуальной собственности и ее использовании, но сильно зависит от доверия между сторонами.

Венчурный бизнес предполагает инвестирование корпорациями в небольшие перспективные компании – стартапы для изучения развивающихся рынков и принципиально новых технологий. Основная цель состоит в получении внутренних и внешних преимуществ через развитие стратегического сотрудничества со стартапами и инновационными компаниями, создающими или внедряющими новые технологии.

Пятая форма открытых инноваций – *Инновации по инициативе пользователей* предполагает, что любой успешный инновационный процесс требует участия клиентов, чтобы с большей вероятностью удовлетворять их нужды и вызвать желание приобретать новые продукты (товары и услуги). Рыночный спрос на новинки и доступ к новым рынкам и знаниям – наиболее важные факторы, влияющие на уровень инвестиций в исследования и разработки. Ранее вовлечение пользователей в инновационный процесс снижает риски, поскольку разработчики получают механизм обратной связи и возможность обучения: это позволяет им опираться на знания пользователей при создании новых продуктов [2, с. 25-27].

Концепция «открытых инноваций» получила свое развитие в результате анализа передового опыта управления крупными международными компаниями, такими как Xerox, Intel, IBM, Procter&Gamble, которые смогли кардинальным образом переломить неблагоприятные рыночные тенденции, резко сменив акценты в сторону большей инновационной открытости.

Например, топ – менеджмент одного из мировых лидеров потребительского рынка Procter&Gamble в начале 2000-х запустил новую глобальную инициативу «Объединяй и развивай», одной из главных задач которой было получить по истечении пяти лет с начала ее реализации «50% идей из внешних источни-

ков». Кроме того, Procter&Gamble, как и IBM, пошла на то, чтобы активно выдавать лицензии на свои технологии внешним организациям [4, с. 61].

Помимо этих примеров последовательной реализации программ открытых инноваций, в современной экономике можно обнаружить немало других корпоративных стратегий, базирующихся на активном использовании различных ее элементов. В частности, многие исследователи отмечают, что применение различных форм и практик открытых инноваций стало в последние годы важнейшим трендом в целой отрасли – фармацевтике. Фармацевтические компании все в большей степени концентрируют свою деятельность вокруг базовых технологических платформ и в области терапии, вступая в различные межфирменные коллаборации при разработке новых дорогостоящих лекарственных препаратов, а также участвуют в создании центров открытых инновационных разработок.

Подобная ситуация наблюдается и в целом ряде других высокотехнологических отраслей – в разработке ПО, электронике, телекоме, биотехнологиях [4, с. 61].

В настоящее время потенциал концепции «открытых инноваций» осознается и в менее технологоемких отраслях, в частности, отдельные ее элементы уже применяются в машиностроении, производстве медицинского оборудования, пищевой промышленности, строительной и спортивной индустрии, в производстве ряда товаров повседневного спроса [4, с. 62].

Подведем итоги. Нарастание конкуренции и сокращение жизненного цикла продуктов уменьшают период их присутствия на рынке и сроки окупаемости исследований и разработок. Это усиливает стремление компаний к наращиванию отдачи от внутреннего портфеля интеллектуальной собственности. В то же время риски и затраты, связанные с инновациями, возрастают. Для отдельной фирмы становится слишком дорого развивать и поддерживать в своей структуре все компетенции, необходимые для освоения новых рынков или технологических возможностей. Как следствие, открытые инновации, как модель управления, в настоящее время все чаще используются во многих отраслях экономики, и являются концепцией будущего.

России нужно учиться опыту зарубежных стран, поскольку на современном этапе развития наша страна существенно отстает по технологическому, инновационному уровню развития от мировых держав.

Тем не менее, несмотря на разрыв в качестве инновационных сред России и стран инновационных лидеров, который препятствует формированию транснациональных инновационных цепочек, оттесняя Российскую Федерацию на периферию высококонкурентного инновационного поля, элементы открытых инноваций уже присутствуют в стране как в практике отдельных компаний, так и в государственных инициативах. В частности, Постановления Правительства РФ от 9 апреля 2010 г. №218 («О мерах государственной поддержки развития кооперации российских высших учебных заведений и организаций, реализующих комплексные проекты по созданию высокотехнологичного производства») и № 19 («О государственной поддержке развития инновационной инфраструктуры в федеральных образовательных учреждениях высшего профессионально-

го образования») стимулируют развитие инновационной инфраструктуры университетов и их взаимодействие с компаниями. В рамках идеологии открытых инноваций работает также и такой популярный у российской власти инструмент, как технологические платформы.

Библиографический список

1. Алешина И. Открытые инновации: кросс – культурные факторы в условиях глобализации, 2010.
2. Гросфелд Т., Роландт Т. Дж.А. Логика открытых инноваций: создание стоимости путем объединения сетей и знаний // Инновация и экономика, 2008. №1(5).
3. Инновационный менеджмент / под ред. В.Я. Горфинкеля, Б.Н. Чернышева. – М.: Вузовский учебник, 2009.
4. Оганесян Т., Медовников Д. Собака пока на сене // Эксперт. 2011. №8.
5. Постановление Правительства РФ от 9 апреля 2010 г. №218 «О мерах государственной поддержки развития кооперации российских высших учебных заведений и организаций, реализующих комплексные проекты по созданию высокотехнологичного производства».
6. Постановление Правительства РФ от 9 апреля 2010 г. №219 г. «О государственной поддержке развития инновационной инфраструктуры в федеральных образовательных учреждениях высшего профессионального образования».

ББК 65.271

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ В СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Т.В. Прокопьева

Рубцовский индустриальный институт

Бюджетирование страховой организации – это процесс организации, планирования, анализа и контроля ее финансовой деятельности. В процессе бюджетирования особое место занимает планирование – процесс выработки, качественных и количественных целевых установок, выбора путей их эффективного достижения. Финансовое планирование страховых организаций особо регулируется действующим законодательством [1].

В ряде работ [2, 3, 4] особо подчеркивается, что одним из направлений деятельности страховой организации, обеспечивающих финансовую устойчивость, является ее финансовое управление на основе *бюджетирования*. Специфика страховой деятельности обуславливает такой вариант управления финансами, который, с одной стороны, учитывал бы стохастическую природу параметров страховой деятельности, а с другой – отражал бы функциональную связь доходных и расходных статей бюджета [2, с. 278].

В основу управления финансами страховой организации путем бюджетирования заложена плановая модель управления, предполагающая построение альтернативных вариантов бюджета. По основным характеристикам модель бюджета является детерминированной, в ней должен учитываться один из двух способов: либо проведение многократных расчетов, отвечающих конкретным

значениям случайных параметров, либо вместо случайных величин использование их статистических характеристик.

А.С. Кочнев выделяет следующие *функции бюджета*:

- распределение ответственности – делегирование ответственности за понесенные издержки, полученные доходы и прибыль;
- оптимизация и наилучшее использование ограниченных ресурсов;
- мотивация персонала;
- предоставление сотрудникам информации о намеченных целях в количественном и качественном выражении, обеспечение возможности оценить эффективность их работы [4, с. 37].

Бюджет представляет собой прогнозируемое состояние основных финансовых отчетов в момент окончания рассматриваемого при планировании периода. В качестве бюджетных периодов выступают месяцы, кварталы, год. При этом по способу планирования *бюджеты* бывают *двух видов*.

1) *Дискретные* – составленные на определенный период времени. Контроль и анализ таких бюджетов проводится в рамках заданного периода, а с окончанием периода составляется новый бюджет на аналогичный период в будущем.

2) *Скользящие* – непрерывно обновляемые бюджеты, охватывающие данные прошедших периодов и интегрирующие возникающие изменения. Методика составления такого бюджета состоит в том, что с окончанием одного периода к бюджету сразу добавляется следующий период, отражающий текущие изменения. Такая методика трудоемка, однако позволяет более полно оценивать перспективы развития страховой организации.

Н.Н. Никулина обращает внимание на то, что при построении бюджетов используются следующие *методы*:

- *статистический* – бюджет, рассчитанный на конкретный уровень деловой активности страховой организации;

- *гибкий* – формируемый не для конкретного уровня деловой активности. В таком случае составляются несколько альтернативных вариантов объема бюджета. Одним из таких вариантов является бюджет, отражающий изменения переменных издержек в зависимости от текущего уровня деловой активности, в частности от количества заключенных договоров страхования. При этом используются нормативные показатели (цена риска, комиссионное вознаграждение, нормативы по формированию резерва предупредительных мероприятий, коэффициент страховых выплат, коэффициент убыточности, коэффициент переменных расходов, коэффициент постоянных расходов);

- *исторический* – формируемый путем простой индексации бюджета предыдущего периода без пересмотра основ и принципов формирования бюджетных данных, а также политики страховщика;

- *бюджет с нуля* – формируемый независимо от исторических данных на основании заново разработанных приоритетов развития страховой организации, оценки рыночной конъюнктуры [2, с. 280].

Тот же автор выделяет *этапы бюджетирования*:

Первый этап – формирование прогнозных значений основных показателей страховой деятельности фирмы, построение организационной структуры, определение бизнес-процессов, менеджмент-процессов в рамках функций управления. Формирование осуществляется на основе бухгалтерской отчетности, анализа складывающихся тенденций развития и используется для построения на последующих этапах бюджетирования возможных вариантов бюджета и базового проекта бюджета. Выходной документ – «Положение об организационной структуре страховой организации».

Второй этап – формирование прогнозов бюджета и проекта бюджета страховой организации. Прогноз бюджета – проект годового отчета деятельности на основе использования прогнозных значений финансовых показателей. Используемые для построения прогноза бюджета прогнозные значения финансовых показателей должны либо отражать сложившиеся к моменту составления баланса тенденции развития бизнеса в данной страховой организации, либо предусматривать варианты развития с учетом эффективности внедрения мероприятий.

Между показателями бюджета существуют функциональные связи, которые определяют степень допустимости бюджета. Формально допустимым считается бюджет, для которого соблюдаются функциональные отношения показателей, отвечающих эффективному развитию организации. Примером формально допустимого является любой бюджет, обеспечивающий получение прибыли.

Полученный прогноз бюджета обязательно должен быть проанализирован с целью выявления негативных тенденций и тех кризисных ситуаций, которые могут возникнуть при его реализации (например, ситуации, связанные с недостатком (избытком) финансовых ресурсов). Если анализируемый прогноз является неудовлетворительным, специалисты должны сформировать такой вариант развития страховой организации, который позволил бы ей эффективно развиваться и обеспечил финансовую устойчивость.

Прогноз бюджета, обеспечивающий финансовую устойчивость страховой организации, отвечающий ее эффективному развитию и принятый к исполнению, носит название проекта бюджета (базового проекта бюджета). Проект бюджета строится на экономически обоснованных прогнозных значениях показателей, обеспечивающих эффективное развитие страховой организации. Он должен выполнять координирующую функцию и служить основой для выработки решений по управлению финансами. Именно с его показателями сравниваются в дальнейшем фактические значения показателей деятельности. Выходной документ этапа – «Положение о финансовой структуре страховой организации».

Третий этап – контроль и анализ исполнения базового проекта бюджета. На исполнение проекта бюджета влияет множество факторов. В случаях, когда реальные значения показателей деятельности страховой организации не согласуются с плановыми, это вызывает необходимость либо принятия оперативных решений, способствующих реализации принятого варианта бюджета, либо

формирования нового бюджета, в котором учтено влияние выявленных факторов и обеспечено эффективное развитие страховой организации.

На практике весь процесс или его отдельные стадии повторяют несколько раз, «откатываются» назад, увязываются с бюджетом аффилированных компаний или отдельных подразделений, приводятся в соответствие со стратегическими установками (по принципу «снизу вверх») или реальными возможностями и потребностям исполнителей (по принципу «сверху вниз») [2, с. 281].

В работе Г.П. Дегтярева выделены *особенности составления проекта бюджета страховой организации*.

При составлении проекта бюджета необходимо учесть специфические доходы, расходы, активы и пассивы. В число *специфических доходов* страховой организации входят:

- полученные комиссионные и брокерские вознаграждения, тантьемы, сборы;
- страховые премии по прямому страхованию;
- страховые премии, полученные по рискам, принятым в перестрахование;
- полученные возмещения доли убытков по рискам, переданным в перестрахование;
- депо премий и убытков, сформированных у других страховых организаций по рискам, принятым в перестрахование;
- депо премий и убытков по рискам, переданным в перестрахование.

К *специфическим расходам* страховой организации относятся:

- страховые выплаты по прямому страхованию;
- возмещаемая доля убытков по рискам, принятым в перестрахование;
- уплаченные страховые премии по рискам, переданным в перестрахование;
- уплаченные комиссионные и брокерские вознаграждения, тантьемы, сборы;
- премии, возвращаемые при расторжении договоров или изменении условий.

Специфика активов и обязательств страховой организации, которая должна быть учтена при бюджетировании, определяется наличием особых статей баланса. К ним относятся: ссуды по страхованию жизни; депо премий по рискам, принятым в перестрахование; депо премий по рискам, переданным в перестрахование; страховые резервы; доля перестраховщиков в страховых резервах; дебиторская и кредиторская задолженность по операциям страхования, сострахования и перестрахования.

К специфическим *расчетам* страховой организации относятся: расчеты по страхованию, сострахованию и перестрахованию, взаимному страхованию; различным видам страхования; рискам, переданным в перестрахование, регрессным требованиям, претензиям и др.

При определении финансового результата страховой организации дополнительно учитывают суммы, присужденные в пользу страховщика по регрессным искам лицам, ответственным за причиненный ущерб. Прогноз или проект

бюджета страховой организации представляет собой по сути прогнозный (плановый) баланс доходов и расходов денежных средств, формируемый на основе следующих групп показателей.

В доходной части: поступления от страховой деятельности; поступления от инвестиционной деятельности; поступления от брокерской деятельности; прочие доходы.

В расходной части: возмещение убытков; расходы по продаже (комиссионные, реклама); расходы по перестрахованию; административные расходы (представительские, командировочные и др.); оплата услуг сторонних организаций; налоги; инвестиционные расходы; прочие расходы.

При построении прогноза бюджета можно использовать либо конкретные значения случайных параметров (страховых взносов, страховых выплат), либо статистические характеристики. Поэтому при формировании статей бюджета с последующим прогнозированием, планированием, анализом и контролем показателей рекомендуется делать многовариантные расчеты по определению проекта бюджета, которые отвечают различным конкретным значениям случайных параметров, или проводить статистическое оценивание случайных параметров и использовать полученные характеристики при построении прогноза (проекта) бюджета [3, с. 16-29].

Виды бюджетов страховых организаций во многом идентичны бюджетам организаций других отраслей, хотя и имеют свою специфику. Согласно Н.Н. Никулиной, в страховой компании составляются следующие *виды бюджетов*:

Операционный бюджет страховой организации. К операционному бюджету относятся данные, отражающие величину доходов и расходов по отдельным направлениям деятельности страховой организации. По структуре операционный бюджет состоит из бюджета поступления страховых премий, бюджета страховых выплат, бюджета перестрахования, бюджета страховых резервов и др.

Бюджет поступления страховой премии. Определяется в соответствии с тем, сколько договоров страхования (перестрахования), по каким видам, с какими страховыми суммами, по каким тарифам предполагается заключить (продолжить) в предстоящем периоде. Этот бюджет можно условно поделить на *две части*: поступления по заключенным договорам страхования (при этом необходимо оценить долю договоров, которые будут продлены в следующем году), поступления по новым договорам. Общая сумма поступлений по видам страхования определяется в зависимости от стратегических планов страховой организации и уточняется по оценкам продающих подразделений с учетом складывающейся конъюнктуры рынка. При этом детализация данных (в разбивке по договорам, по отдельным группам контрагентов, в целом по видам страхования или страховым продуктам) и порядок их формирования в каждой страховой организации могут отличаться.

Бюджет страховых выплат. Он определяется на основании условий планируемых договоров страхования (перестрахования), запланированного уровня убыточности. Если страховые выплаты являются одним из целевых показателей, то бюджет страховых выплат формируется параллельно с бюджетом стра-

ховых премий. При этом процедура формирования данного бюджета может значительно отличаться в зависимости от того, каким образом в страховой организации контролируется убыточность страховых операций (по абсолютному значению страховых выплат на основании заданного коэффициента убыточности). Если показатель убыточности не задается «сверху», то бюджет страховых выплат формируется на основании бюджета страховой премии с учетом условий договоров страхования, статистических и прогнозных данных о страховых выплатах.

Бюджет перестрахования. Определяется размером рисков, принимаемых в страхование, объемом собственных средств страховщика. Объемы перестраховочных операций для целей бюджетирования определяются существующей в страховой организации политикой перестрахования, предполагаемыми видами договоров перестрахования (пропорциональный – непропорциональный, облигаторный – факультативный), условиями по ним (размер собственного удержания, порядок расчетов и т.д.). Бюджетные данные формируются на основании полученного объема страховой премии (необходимо сначала определить требования к детализации данных по плановой премии). Например, отдельно выделяют договоры со страховой суммой выше определенного размера или выделяют премию по некоторым рискам (военным, стихийных бедствий и т.д.), которые перестраховываются по отдельному договору перестрахования или исключаются из перестраховочного покрытия. В этом случае можно будет на полученные данные по страховой премии «наложить» соответствующие условия перестрахования. Данные бюджета перестрахования должны быть представлены в детализации по видам страхования, застрахованным рискам, размеру страховых сумм и т.п.

Бюджет страховых резервов. Он отражает объем обязательств страховой организации по договорам страхования с использованием актуарных расчетов. Для формирования плановых данных необходимо разработать методику, которая позволит оценить объем обязательств с учетом неопределенности по конкретным срокам поступления страховой премии, размер и дату наступления страховых случаев и т.п. Методика должна основываться на нормативных документах, обеспечивать сопоставимость плановых и фактических данных. При этом в качестве фактических показателей по отдельным видам резервов (наиболее актуально это для резерва незаработанной премии) имеет смысл использовать данные, рассчитанные на основании определенной управленческой методики, которая используется и при планировании. По другим резервам (например, резерв заявленных убытков) логично использовать фактические данные официальной отчетности страховщика.

Бюджет размещения страховых резервов. Формируется в соответствии с *Правилами размещения страховых резервов*, утвержденными Приказом Минфина РФ от 8 августа 2005 г., *Правилами размещения собственных средств страховщика* от 16 декабря 2005 г. Расчеты производятся с учетом размера средств, имеющих в распоряжении страховой организации, их структуры, видов и сроков договоров страхования, условий на финансовом рынке, возможности представления ссуд страхователям и т.п. В расчетах используются разрабо-

тываемые актуариями различные методики оптимизации размещения страховых резервов, которые представляют собой математические модели, позволяющие учесть влияние различных факторов на размер инвестиций и оценить их эффективность.

Бюджет административных расходов. Он собирается по заявкам подразделений, затем корректируется с учетом финансовых возможностей страховой организации и существующих приоритетов.

Бюджет маркетинга и рекламы. Этот бюджет может определяться по отдельным страховым продуктам или в целом по страховой организации.

Бюджет информационных технологий и технического сопровождения. Он включает расходы на компьютерную и оргтехнику, услуги связи, сетевое оборудование.

Бюджет обучения и развития персонала. Отличительной особенностью бюджетов маркетинга, информационных технологий, обучения и развития персонала является то, что включенные в них расходы могут быть как текущими, так и инвестиционными. Это необходимо учесть при консолидации операционных бюджетов и составлении финансовых бюджетов.

Детализация бюджетных данных определяется руководством страховой организации. В некоторых случаях может возникнуть необходимость формировать бюджетные данные отдельно по договорам страхования или контрагентам. Для крупной страховой организации отслеживать бюджеты в такой мелкой детализации слишком трудоемко и нецелесообразно. Однако детализации по видам страхования может быть недостаточно. В этом случае имеет смысл выделить дополнительные аналитические данные по сегментам рынка, страховым рискам, объектам страхования, выделить операции с некоторыми крупными клиентами, по отдельным видам страхования т.п.

Важное значение для страховой организации имеет анализ ее платежеспособности. Блок информации, характеризующий платежеспособность страховой организации, можно выделить в отдельный бюджет – *бюджет платежеспособности*.

Характер страховых отношений, в основе которых лежит категория риска, а также участие страховой организации в различных видах деятельности (страховой, инвестиционной, финансовой) диктуют специфику понятия платежеспособность страховщика. Основным документом, регламентирующим порядок оценки платежеспособности страховщика, является «*Положение о порядке расчета страховщиками нормативного соотношения активов и принятых ими страховых обязательств*». В случае, если планируемый размер свободных активов ниже их нормативного размера, страховщику надлежит предусмотреть меры по оздоровлению (финансовой) положения, а именно: повышение размера оплаченного уставного капитала, расширение перестраховочных операций, изменение тарифной политики и т.п. Указания по составлению и оформлению плана оздоровления финансового положения страховой организации даны в Приказе Росстрахнадзора от 24 октября 1996 г. №02-02/21. Прогнозная оценка соотношения активов страховщика и принятых обязательств поможет предвидеть несоответствие этого показателя нормативному значению и избежать при-

менения к страховщику санкций, установленных в Законе РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации». Бюджет платежеспособности можно рассматривать в детализации по направлениям деятельности (страховая, инвестиционная, финансовая), по видам страхования, а также в целом по страховой организации.

К финансовому бюджету относятся:

1) *бюджет движения денежных средств*, целью которого является бюджет финансовых операций, определяющий план по получению и погашению кредитов;

2) *бюджет по балансовому листу* – основной итоговый документ, на основании которого проводится оценка результатов деятельности страховой организации, целесообразности тех или иных расходов, принимается решение об утверждении или корректировке операционных бюджетов;

3) составляющей финансовых бюджетов можно рассматривать *консолидированный бюджет доходов расходов*, объединяющий данные всех структурных составляющих операционных бюджетов в денежном выражении;

4) *бюджет капитальных вложений* связан с расширением площади, модернизацией информационно-технологического оборудования; для этого составляется смета капитальных вложений с конкретными сроками инвестиций.

Инвестиционный бюджет включает:

1) бюджет приобретения и реализации внебюджетных активов;

2) бюджет по разработке новых страховых продуктов;

3) бюджет расширения сети филиалов, агентств, представительств [2, с. 282-286].

Таким образом, бюджетирование в страховой организации может быть представлено как системная модель – совокупность всех составляемых бюджетов, взаимосвязь между ними, последовательность и правила их формирования и исполнения. Уникальность бюджетной модели обуславливается спецификой деятельности страховой организации, бизнес-процессами, принятой стратегией развития, потребностями менеджмента, используемыми информационными технологиями и квалификацией страховых и финансовых специалистов.

Библиографический список

1. Закон РФ №4015-1 от 27.11.1992 г. «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (в редакции от 29.11.2007 г.).

2. Никулина Н.Н. Страхование. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

3. Дегтярев Г.П. Страхование в переходный период: основные принципы // Общество и экономика. – 2004. – №2. – С. 16-29.

4. Кочнев А.С. Что важно знать о бюджетировании генеральному директору // Генеральный директор. – 2006. – №8. – С. 35-42.

ХОЛДИНГИ ИЗ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: МОДЕЛИ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ

Е.А. Соломенникова

*Институт экономики и организации промышленного производства
СО РАН, Новосибирский государственный университет*

В данной статье проведен сравнительный анализ двух разных моделей становления и развития холдинговых компаний из малых и средних предприятий, занимающихся производством инновационных продуктов.

В современной экономике практически все топ-менеджеры компаний признают, что без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. Инновации сегодня рассматриваются как эффективное средство конкурентной борьбы. Ведь они способны вызывать к жизни новые потребности, обеспечить снижение себестоимости продукции, позволяют легче привлекать инвестиции, приводят к повышению объемов продаж новых продуктов, к проникновению на новые рынки сбыта продукции или расширению присутствия на традиционных рынках.

Темпы инновационного развития российских предприятий должны быть кардинально выше нынешних. Главная проблема сегодняшней российской экономики – это ее крайняя неэффективность. Производительность труда в России остается недопустимо низкой. Те же затраты труда, что и в наиболее развитых странах, приносят в России в несколько раз меньшую отдачу. И это вдвойне опасно в условиях растущей глобальной конкуренции и увеличивающихся затрат на квалифицированный труд, на энергоносители. Реализация инновационного сценария развития может позволить российским предприятиям добиться кардинального повышения производительности труда [1].

В советское время была выстроена модель создания и внедрения инноваций. Фундаментальными исследованиями занимались академические и отраслевые институты, в какой-то мере и научно-исследовательские институты в составе научно-производственных объединений. Хотя последние чаще осуществляли доведение инновационных продуктов и технологий, созданных «теоретиками», для внедрения в производство. Этим же занимались подразделения НИОКР, которые были в составе практически всех крупных промышленных предприятий. Важнейшей особенностью того периода было то, что предприятиям не нужно было тратиться на рекламу и продвижение продукта. Однако в начале переходного периода вся система была разрушена: сохранились академические институты, но их финансирование было минимальным и отдача соответствующей. Большинство НИИ и подразделения НИОКР предприятий были ликвидированы в условиях распада предприятий и жесткой экономии финансовых средств.

На Западе модель создания инноваций исходно была другая. В отличие от советской модели фундаментальными исследованиями там занимаются вузы,

которые затем передают инновационные продукты на венчурные предприятия. Если речь вести о крупных корпорациях, то в их составе, как правило, всегда присутствуют научно-исследовательские подразделения.

Усовершенствованиями и модернизацией традиционных продуктов занимаются зачастую сами предприятия.

В данной статье объектом исследования являются холдинговые компании из малых и средних предприятий, занимающиеся производством инновационных продуктов. Остановимся на двух бизнес-моделях таких холдингов:

- бизнес-модель, когда предприятиями холдинга осуществляется практически вся цепочка создания и производства нового продукта;
- бизнес-модель, когда создание и производство инновационного продукта осуществляется разными предприятиями, большинство из которых не входит в состав холдинга.

Проведем их сравнительный анализ по нескольким признакам.

Холдинговые компании по сравнению с отдельными предприятиями обладают двумя основными дополнительными возможностями для развития инновационного предпринимательства:

- можно более эффективно использовать совокупные ресурсы всего холдинга;
- легче пережить переход от выпускаемой продукции к новой и легче организовать переход к новым технологиям, поочередно закрывая дивизионы.

Преимущества холдинговых компаний существенно зависят от их вида: вертикально-интегрированные структуры работают на общий результат, снижая совокупные затраты на разработку и внедрение новой продукции или новой технологии;

Горизонтальным холдингам легче организовать выход на новые рынки, можно тиражировать опыт производства новой продукции и использовать распределение рынков под адаптацию новой продукции к особенностям предприятий и населения обслуживаемого региона.

Смешанный холдинг может использовать преимущества обоих холдингов.

В статье рассмотрим две холдинговые компании. Первая холдинговая компания СБС-Пром [3-4]. Вторая – РиМ [2]. Сравнение моделей их становления и развития проведем по следующим признакам.

1. Создатели холдинговой компании.

Первое предприятие было создано в форме ООО бывшим научным сотрудником одного из экономических институтов.

Вторая компания создана выделившимся из состава оборонного предприятия целым научно-исследовательским подразделением в форме ЗАО.

2. Формирование начального уставного капитала первых предприятий холдинга.

Уставный капитал первых предприятий обоих холдингов был сформирован в минимальном размере.

Принципы создания и начального функционирования предприятий. В обеих холдинговых структурах целью функционирования было наработать собст-

венный капитал, достаточный для реализации идеи создания инновационных предприятий.

Первая компания за счет заемных средств и заключения социальных договоров с местными администрациями начала производство и реализацию и товара народного потребления, и продукции производственного назначения – пропиленовой упаковки.

Вторая компания по бартеру получила за свою продукцию продукты питания, которые продали для выплаты заработной платы сотрудникам. Таким способом компания сохранила высококвалифицированный персонал.

На начальном этапе собственником предприятий первого холдинга было одно физическое лицо. И только в период его развития появляются другие учредители во вновь создаваемых предприятиях. Ими становятся представители науки и отдельные инвесторы.

В предприятиях второго холдинговой компании уже на старте акционеров было несколько. В дальнейшем их состав расширился за счет топ-менеджеров новых предприятий. Для развития холдинговой структуры руководство компании ведет большую работу по участию в разных программах, например, в программах электросбережения, которые финансируются из бюджетов разных уровней.

3. Тип инновационного продукта.

В первом холдинге продукт является абсолютно новым, созданием и разработкой которого занимаются академические институты и научно-исследовательские части высших учебных заведений. Миссия эффективного холдинга, производящего высокотехнологичные продукты, предполагает формирование стратегических целей в виде постоянного создания новых бизнесов и поддержания действующих на уровне высокой рентабельности. Такой холдинг в качестве новых бизнесов рассматривает только перспективные бизнес-идеи, представляющие ноу-хау, трудно копируемые инновационные продукты в разных сферах экономики, поэтому можно рассчитывать на высокую рентабельность этих бизнесов.

Во втором холдинге занимаются как разработкой совершенно новой продукции, так и улучшением уже известной, производимой продукции. Основной принцип работы – создание таких новых видов продукции, которые востребованы конечным потребителем. Это и обуславливает проведение всего комплекса работ от начального проекта до пуска и сопровождения систем на этапе эксплуатации. Сильная группа разработчиков и программистов, самое современное производственное оборудование и инновационный подход к организации производства позволяют этому холдингу реализовывать любые проекты по созданию радиоэлектронной продукции.

Предприятия второго холдинга обладают современной научно-производственной базой и осуществляют разработку, производство, внедрение современных радиоэлектронных приборов и систем любой сложности, включая разработку программного обеспечения, а также их монтаж, пуско-наладку и сопровождение при эксплуатации. Поставляемая потребителям продукция сер-

тифицирована. Принципиальные технические решения защищены патентами РФ.

4. Способы формирования холдинговой компании.

Первая компания под каждую инновационную идею создает новое инновационное предприятие. При этом основные средства предприятий числятся на балансе материнской компании «СБС-Пром» и по договору аренды используются всеми другими производственными предприятиями холдинга. И работники предприятий холдинга также оформлены через договоры найма в материнской компании.

Вторая компания дробит процесс разработки и производства новой продукции между отдельными предприятиями, которые входят в состав холдинга. Таким образом, второй холдинг представляет собой по сути вертикально-интегрированную структуру.

5. Способы поиска инновационных идей.

Холдинг из малых и средних инновационных предприятий СБС-Пром ведет постоянный поиск и отбор идей для создания новых бизнесов даже на самых ранних стадиях фундаментальных и прикладных исследований, когда только появляются идеи и их разрабатывают коллективы академических институтов и/или вузовская наука.

Холдинг РиМ черпает новые идеи для совершенствования выпускаемой продукции путем изучения требований и пожеланий потребителей. С этой целью руководство компании принимает участие в самых различных выставках и ярмарках. Таким образом, совершенствование выпускаемой продукции работники проводят под потребности конкретных клиентов. И совершенствование продукции связано с поиском и решением новых технических решений, что обусловило необходимость проведения всего комплекса работ от начального проекта до пуска и сопровождения систем на этапе эксплуатации. Результат этого – постоянное совершенствование потребительских качеств и пополнения номенклатуры приборов с учетом областей применения, а также расширение географии поставок и увеличение объёмов выпуска. При необходимости холдинг интегрирует свою продукцию в системы других производителей, уже имеющиеся у потребителя.

6. Партнерские отношения.

В модели формирования холдинга из малых инновационных предприятий первого холдинга можно выделить три уровня взаимодействия:

- первый уровень отражает взаимоотношения управляющей компании холдинга (УК) и его малых предприятий;
- второй уровень отражает взаимодействия УК с ключевыми агентами внешней среды для подобных холдингов (научно-исследовательскими институтами, фирмами-разработчиками инноваций; инвестиционными институтами и т.п.);
- третий уровень отражает взаимодействия УК с агентами внешней среды, выполняющими обеспечивающие функции (транспортно-логистическими центрами, консалтинговыми фирмами и т.п.).

Отношения второго и третьего уровня следует отнести к партнерским отношениям, так как холдинг выстраивает с этими агентами долгосрочные, доверительные, взаимно заинтересованные отношения.

Во главу деятельности предприятий второго холдинга ставятся поиск и разработка новейших направлений, завоевание потребительского рынка, теснейший контакт и взаимопонимание с партнёрами, постоянное укрепление и развитие материально-технической и технологической базы, борьба за качество продукции, поддержание имиджа предприятия. У холдинга имеются поставщики ресурсов и изготовители комплектующих, с которым холдинг устанавливает тесные производственно-технологические связи, призывая, чтобы они соблюдали все необходимые требования, и совместно отработывая технологию качественного изготовления комплектующих к тому же достаточно часто сменяемых изделий. Поэтому основные поставщики переводятся в разряд партнеров холдинга. Партнерами являются также и потребители постоянно совершенствуемой новой продукции, с ведущими из них сотрудничество продолжается более 10-15 лет.

7. Схемы финансирования.

Первый холдинг сам может принимать решения о софинансировании даже научно-исследовательских работ на этапе их доведения опытного макета до промышленного образца, при хороших рыночных перспективах будущего инновационного продукта, которые прогнозируют его разработчики, как за счет собственных средств холдинга, так и за счет кредитов или средств инвесторов. При этом собственно производство продукции осуществляет за счет и собственных и заемных средств в виде банковских кредитов и средств инвесторов.

Политика второго холдинга в отношении финансирования – достаточно жесткая, предприятия используют только предоплату заказчиков и собственные средства. За все время существования (20 лет) холдинг не прибегал к заемным средствам.

8. Риски.

В холдинге СБС-Пром риски в каждом предприятии распределены по-разному. В одних предприятиях они полностью ложатся на сами предприятия, их собственников. В других предприятиях риски распределены между учредителями и участниками, в роли которых помимо собственников холдинга могут выступать и представители науки, и инвесторы в зависимости от условий приобретения инновационного продукта от института.

Во втором научно-производственном холдинге РИМ все риски несут только его предприятия.

Сравнительный анализ показал, что обе бизнес-модели внедрения инновационных продуктов в холдинговых структурах заслуживают внимания и имеют право на существование в российской экономике. Но для первой модели гораздо в большей степени, чем для второй имеет значение подбор партнеров по бизнесу.

Выбор партнера и установление партнерских отношений относится к долгосрочным стратегическим целям. Целью партнерства является достижение совместных финансовых результатов, более значительных, если бы каждый из

партнеров работал по отдельности. Поэтому каждый партнер должен иметь навыки, которыми не обладает другой партнер. Если оба партнера сильны в одних и тех же областях, то нет необходимости объединять их усилия, они просто не нужны друг другу. Совместная деятельность партнеров должна приводить к достижению значительных экономических результатов или, как принято говорить, приносить синергетический эффект.

Библиографический список

1. Выступление Президента РФ Владимира Путина на расширенном заседании Государственного совета «О стратегии развития России до 2020 года», Москва, Кремль, 8 февраля 2008 г.
2. Соломенникова Е.А. Модель согласования взаимодействия участников холдинга из малых и средних инновационных предприятий// Региональная политика развития предпринимательства и промышленности / под ред. В.В. Титова, В.Д. Марковой. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2007.
3. Соломенникова Е.А. Организационно-экономические трансформации эффективного холдинга в условиях кризиса// Стратегия развития предприятий на основе реализации инновационной политики / под ред. В.В. Титова, В.Д. Марковой. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2009. – С. 90-101.
4. <http://www.zao-rim>

БК 65.3

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ КОРПОРАЦИИ КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ФОРМА ИНТЕГРАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Е.М. Чекова

Самарский государственный университет

На сегодняшний день вопросы интеграции промышленных объединений имеют особое значение для развития отечественной экономики. Их стремительное распространение в России, начавшееся с середины 90-х гг. XX в., связано с особенностями постприватизационного периода, для которого были характерны поглощения и слияния мелких производств с крупными отечественными и иностранными объединениями. Однако, несмотря на то, что данный этап стал одним из важнейших в истории развития интеграции, подобные тенденции имели место в отечественной экономике и прежде.

В современных условиях процессы интеграции промышленных предприятий составляют основу стратегического направления развития российской промышленности. Об этом свидетельствуют, в том числе, темпы роста количества предприятий, образованных в результате слияния юридических лиц, представленные в таблице 1.

Из представленной таблицы видно, что в 2009 году процессы интеграции сократили свои масштабы. Однако, объективно оценивая сложившуюся ситуацию, можно предположить, что данный факт связан с финансовым кризисом, пик негативного воздействия которого на отечественную экономику относится к рассматриваемому периоду. Тем не менее, автор полагает, что выход из ост-

рой фазы кризиса ознаменуется возобновлением формирования интеграционных промышленных объединений. Данный вывод основан на понимании причин интеграции промышленных предприятий в современных экономических условиях.

Таблица 1

Распределение организаций по способу образования (без субъектов малого предпринимательства), единиц [1, с. 65-69]

Показатель	Всего организаций	Способы образования			
		Создано впервые (новое)	Образовалось в результате слияния юридических лиц	Образовалось в результате разделения другого юридического лица	Выделилось из другого юридического лица
Добыча полезных ископаемых					
2005	58	48	5	2	3
2006	27	18	2	1	6
2007	50	36	3	5	6
2008	60	47	1	3	9
2009	25	16	2	2	5
Обрабатывающие производства					
2005	782	595	29	35	123
2006	457	318	18	27	94
2007	530	338	27	24	141
2008	477	298	27	26	126
2009	385	231	20	21	113
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды					
2005	818	660	11	46	101
2006	815	683	3	43	86
2007	545	402	6	40	97
2008	388	292	12	30	54
2009	344	248	15	20	61

На сегодняшний день в Российской Федерации деятельность интеграционных промышленных объединений регулируется как общим законодательством (Гражданский кодекс РФ, Федеральный Закон «Об акционерных обществах», Федеральный закон «О некоммерческих организациях», антимонопольное законодательство), так и немногочисленными специальными законами, к числу которых относятся Указ президента «О мерах по стимулированию создания и деятельности финансово-промышленных групп» №443 от 01.04.1996 г., Федеральный закон «О саморегулируемых организациях» №315-ФЗ от 01.12.2007 г., Федеральный закон «О концессионных соглашениях» №115-ФЗ от 21.07.2005 г., и подзаконным нормативным актам – Распоряжение Правительства РФ

№1662-р от 17.11.2008 г. «О концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года», Приказ Минпромторга РФ №965 от 23.10.2009 г. «Об утверждении Стратегии развития фармацевтической промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» и др. Однако, несмотря на это, в Российской Федерации в отличие от большинства развитых стран, правовая база не сформирована достаточно для выработки единого подхода к созданию и функционированию интеграционных промышленных объединений. Тем сложнее становится классификация существующих форм интеграции и поиск из их числа наиболее перспективных.

В период перехода Российской Федерации к инновационно ориентированной рыночной экономике особое значение приобретают такие формы интеграции, в которых возможна реализация исследовательских разработок, внедрение современных технологий и оптимизация производственных процессов. Государственный сектор располагает интеллектуальными и технологическими ресурсами, эффективное использование которых будет в значительной мере способствовать развитию экономики Российской Федерации. В этой связи повышенный интерес вызывает государственная корпорация, как перспективная форма интеграции промышленных предприятий, а также деятельность коммерческих структур, созданных и функционирующих в указанной форме.

К числу государственных корпораций часто относят организации различных организационно-правовых форм. Это связано с тем, что помимо юридических лиц, организованных в форме государственных корпораций, существует ряд организаций, схожих с ней по своему экономическому содержанию и назначению. К таким организациям можно отнести государственную компанию «Автодор» (организационно-правовая форма государственная компания законодательно закреплена Федеральным законом от 17.07.2009 г. №145-ФЗ «О государственной компании «Российские автомобильные дороги» и о внесении изменений в отдельные законодательные акты»), открытые акционерные общества со 100%-м государственным участием (например, «Объединённая авиастроительная корпорация» и «Объединённая судостроительная корпорация»), ФГУП «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации», а также формально частные компании, находящиеся де-факто под контролем государства.

С позиции законодательства государственная корпорация является одной из форм некоммерческих организаций, легитимированной Федеральным законом от 8 июля 1999 г. №140-ФЗ «О внесении дополнения в Федеральный закон «О некоммерческих организациях». В соответствии со ст. 7.1 последнего государственная корпорация определяется, как «не имеющая членства некоммерческая организация, учреждённая Российской Федерацией на основе имущественного взноса и созданная для осуществления социальных, управленческих или иных общественно полезных функций» [2]. Государственные корпорации создаются на основании соответствующих федеральных законов. Помимо этого, государственная корпорация и Российская Федерация не отвечают по обязательствам друг друга, за исключением случаев, когда это предусмотрено законом о создании государственной корпорации. Осуществление госкорпорацией

предпринимательской деятельности возможно только для достижения тех целей, ради которых она была организована. Данная организационно-правовая форма имеет ряд преимуществ перед другими. Так, например, на государственные корпорации до недавнего времени не распространялись положения об обязательном раскрытии информации и законодательство о банкротстве, регулирующие деятельность открытых акционерных обществ. Кроме того, имущество, переданное государственной корпорации Российской Федерацией и ставшее собственностью последней, автоматически выходит из-под надзора Счётной палаты Российской Федерации. Контроль за деятельностью государственной корпорации осуществляет Правительство Российской Федерации на основании годового отчёта, аудиторского заключения по ведению бухгалтерского учёта и отчётности, а также заключения ревизионной комиссии, представляемых государственной корпорацией на ежегодной основе.

Форма государственной корпорации, закреплённая законодательством Российской Федерации, имеет аналоги в правовом поле развитых странах Европы и США в виде так называемых публичных корпораций. Отсутствие достаточного объёма информации о роли данной организационно-правовой формы в развитии зарубежных стран приводит к распространению в отечественной науке ошибочного мнения о бесперспективности данной формы. Однако в реальности, несмотря на трудности становления публичных корпораций, за рубежом они смогли стать основой для создания множества крупных организаций [3].

Распространение некорректной информации относительно публичных корпораций за рубежом, в том числе, стало причиной того, что государственная корпорация, как организационно-правовая форма Российской Федерации, на протяжении продолжительного срока подвергается жёсткой критике как со стороны Правительства, так и со стороны целого ряда представителей научной сферы. Рассмотрим негативные факторы на пути к эффективной деятельности государственных корпораций, высказываемые противниками данной организационно-правовой формы:

1. госкорпорации выполняют те задачи, которые могут успешно решаться частными компаниями, тем самым уходя от своих прямых задач;
2. вовлечение в госкорпорации успешных частных компаний негативно влияет на развитие государственно-частного партнёрства;
3. цели государственных корпораций формулируются недостаточно чётко;
4. «непрозрачность» деятельности государственных корпораций;
5. высокая вероятность замещения государственных задач коммерческими интересами руководства госкорпораций;
6. неэффективность аппарата управления госкорпорациями, образуемого из числа чиновников, зачастую не являющихся профессиональными менеджерами [4].

Таким образом, условно можно разделить представленные недостатки на связанные с несовершенством законодательной базы функционирования госкорпораций (отсутствие чётких формулировок в описании функционала, обязанностей и прав) и с недостаточной открытостью в деятельности госкорпора-

ций, что усугубляет зачастую отрицательное отношение к структурам данной формы.

В отношении последнего для повышения «прозрачности» деятельности государственных корпораций был принят Федеральный закон от 29.12.2010 г. №437-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О некоммерческих организациях» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части совершенствования правового режима деятельности государственных корпораций и государственных компаний. В частности, закон разрешает участие в составе высшего органа управления государственной корпорации (совета директоров или наблюдательного совета) членов, не являющихся государственными служащими. Помимо этого, обязательными становятся ежегодная проверка бухгалтерской отчетности независимой аудиторской компанией и размещение в открытом доступе в сети Интернет стратегии деятельности государственной корпорации и отчёта о её выполнении.

Существующие на сегодняшний день государственные корпорации представлены в таблице 2.

Таблица 2

Государственные корпорации Российской Федерации

Наименование государственной корпорации	Федеральный закон	Функции и задачи	Некоторые показатели деятельности
1	2	3	4
Агентство по страхованию вкладов	Федеральный закон от 23.12.2003 г. №177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации»	Осуществление функций: 1. по обязательному страхованию вкладов физических лиц; 2. корпоративного конкурсного управляющего несостоятельными банками; 3. по финансовому «оздоровлению» банков	По состоянию на 01.10.2010 г. в систему страхования вкладов входило 910 банков, фонд обязательного страхования составлял 118,3 млрд. руб. [5]
Банк развития и внешнеэкономической деятельности («Внешэкономбанк»)	Федеральный закон от 17.05.2007 г. №82-ФЗ «О банке развития»	Финансирование инвестиционных проектов, страхование экспортных кредитов от коммерческих и политических рисков, поддержка малого и среднего предпринимательства, управление государственным долгом	Суммарный объем кредитного портфеля на 01.01.2010 г. составил 281,6 млрд. руб., в том числе 230,1 млрд. руб. – объем портфеля «инвестиционных» кредитов, предоставленных в целях реализации инвестиционных проектов. Объем портфеля гарантий по обязательствам некредитных организаций по состоянию на 01.01.2010 г. составил 78,0 млрд. руб. [6]

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4
Российская корпорация нанотехнологий (ГК «Роснано-тех») ¹	Федеральный закон от 19.07.2007 г. №139-ФЗ «О Российской корпорации нанотехнологий»	Содействие развитию нанотехнологий и nanoиндустрии	
Фонд содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства	Федеральный закон от 21.07.2007 г. №185-ФЗ «О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства»	Осуществляет финансовую поддержку субъектов Российской Федерации в части содействия улучшению жилищных условий граждан и внедрения ресурсосберегающих технологий. Осуществляет мониторинг проведения капитального ремонта и переселения граждан из аварийного жилья	За 2008-2009 гг. Фондом выделено 112,1 млрд. руб. на капитальный ремонт и 51,6 млрд. руб. на переселение в качестве финансовой поддержки субъектам Российской Федерации [7]
Государственная корпорация по строительству олимпийских объектов и развитию города Сочи как горноклиматического курорта (ГК «Олимпстрой»)	Федеральный закон от 30.10.2007 г. №238-ФЗ «О государственной корпорации по строительству олимпийских объектов и развитию города Сочи как горноклиматического курорта»	Строительство спортивных объектов, объектов инженерной и энергетической инфраструктуры к Олимпиаде в г. Сочи	В 2009 г. фактический объём финансирования составил 129,4 млрд. руб., фактически освоено капитальных вложений на сумму 107,4 млрд. руб. [8]
Ростехнологии	Федеральный закон от 23.11.2007 г. №270-ФЗ «О государственной корпорации «Ростехнологии»	Содействие разработке, производству и экспорту высокотехнологичной промышленной продукции, выполнение государственного оборонного заказа	Включает 439 организаций на территории Российской Федерации, которые создают 23% объёма выпускаемой продукции ОПК, имеет 49 официальных представителей в 49 странах мира [9]

¹ 11.03.2011 г. реорганизована в открытое акционерное общество «Роснано», 100% акций которого принадлежат государству

1	2	3	4
Росатом	Федеральный закон от 01.12.2007 г. №317-ФЗ «О государственной корпорации по атомной энергии «Росатом»	Содействие стабильному функционированию и развитию организаций атомного энергопромышленного и ядерного оружейного комплексов	Объединяет более 250 предприятий и научных организаций; обеспечивает более 40% электроэнергии в европейской части Российской Федерации; обеспечивает 40% мирового рынка услуг по обогащению урана и 17% рынка ядерного топлива [10]

Несмотря на то, что с юридической точки зрения государственная корпорация не является корпоративной структурой (поскольку не предусматривает возможности членства), на практике государственные корпорации представляют собой управляющие организации крупных системообразующих холдингов федерального масштаба, созданные в интересах российского государства [11]. Таким образом, фактически государственная корпорация – это одна из организационных форм интеграции в современной отечественной экономике.

Государственные корпорации «Фонд содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства» и «Олимпстрой» созданы в целях реализации срочных проектов, которые имеют лишь косвенное отношение к развитию экономики Российской Федерации, в частности промышленного сектора, тем более, что сроки функционирования данных корпораций ограничены сроками решения поставленных перед ними задач. ГК «Внешэкономбанк» также не может быть отнесён к рассматриваемой категории, поскольку представляет собой инвестиционный фонд содействия развитию перспективных проектов в ведущих областях экономики. Аналогичным образом в данную группу нельзя отнести и ГК «Агентство по страхованию вкладов», главной функцией которого является формирование Фонда страхования вкладов, что в большей степени характеризует её как организацию, созданную для защиты интересов граждан и устойчивости банковской системы, нежели как институт модернизации реального сектора экономики.

Таким образом, государственная корпорация, как форма интеграции промышленных предприятий, сегодня представлена двумя государственными корпорациями в одноимённой форме юридического лица («Ростехнологии» и «Росатом») и рядом организаций, созданных в иных организационно-правовых формах, как ОАО «Объединённая авиастроительная корпорация», ОАО «Объединённая судостроительная корпорация», ОАО «Роснефть» и др.

Анализируя деятельность данных структур, можно выделить их отличительные черты:

- сложная интегрированная структура;
- организация, стоящая во главе структуры, осуществляет деятельность, направленную на решение задачи, поставленной перед ней государством;

- деятельность осуществляется в направлениях развития перспективных для бизнеса и значимых для реального сектора отраслей промышленности;
- производство продукции и оказание услуг осуществляют организации, входящие в состав корпорации;
- корпорация осуществляет деятельность на внутреннем и внешнем рынках;
- в объединённой структуре задействован значительный объём финансовых ресурсов;
- государственные корпорации не являются естественными монополиями.

Представленные особенности позволяют сформулировать определение государственных промышленных корпораций как интегрированных структур холдингового типа, не являющихся естественными монополиями, осуществляющих свою деятельность в направлении развития ключевых отраслей промышленности в соответствии с долгосрочными задачами государства.

На сегодняшний день организации, подходящие под описанную характеристику, осуществляют свою деятельность в таких отраслях промышленности, как добыча и обработка полезных ископаемых, нефти, оборонная промышленность, авиа- и судостроение, транспортное машиностроение и авиаперевозки.

Усиление интеграционных процессов в экономике Российской Федерации является закономерным этапом развития экономики. Возможности объединения капиталов, производственных мощностей, интеллектуальных ресурсов и пр. обуславливают эффективность и целесообразность интеграционных процессов, прежде всего в промышленной сфере, где потребность в расширении конкурентных преимуществ наиболее велика.

Библиографический список

1. Промышленность России – 2010: статистический сборник / Росстат. – М., 2010. – 453 с.
2. О некоммерческих организациях [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 12.01.1996 г. №7-ФЗ (ред. Федерального закона от 29.12.2010 г.). Доступ из справ. – правовой системы «Консультант Плюс».
3. см.: Кляморова Ю.С. Мировой опыт функционирования децентрализованных учреждений как субъектов публичного права [Электронный ресурс] // Гуманитарные и социальные науки. – 2009. – №4. – Режим доступа: http://www.hses-online.ru/2009/04/12_00_01/06.pdf
4. См. подробно в Докладе д.э.н. Дементьева В.Е. «Госкорпорации и стратегия экономического развития России» на семинаре «Стратегическое планирование» 06.03.2008 г.
5. ГК «Агентство по страхованию вкладов» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.asv.org.ru>
6. Годовой отчёт «Внешэкономбанка» за 2009 год [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: http://www.veb.ru/common/img/uploaded/files_list/VEB_Annual_2009_r.pdf

7. ГК «Фонд содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.fondgkh.ru>

8. ГК «Олимпстрой» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.sc-os.ru>

9. ГК «Ростехнологии» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.rostechnologii.ru>

10. ГК «Росатом» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа:

<http://www.rosatom.ru/wps/wcm/connect/rosatom/rosatomsite/aboutcorporation/>

11. Государственные корпорации как элемент модернизации российской экономики / Аналитический доклад по заказу Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации. М., 2011. – 259 с.

ББК 65.290-56

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.А. Якименко

Рубцовский индустриальный институт

Данная статья посвящена рассмотрению основных теоретических аспектов инвестиционной деятельности в области разработки инвестиционной политики предприятий, принципов и этапов её формирования в условиях российской экономики.

В современных условиях эффективное развитие промышленных предприятий осложнено низким организационно-техническим уровнем производства, высокими издержками и недостаточностью финансовых ресурсов, что вызывает необходимость привлечения инвестиционных средств. Несмотря на некоторые положительные тенденции в инвестиционной деятельности промышленных предприятий в последние годы, эффективность инвестиций остается невысокой. Это выдвигает особые требования к формированию инвестиционной политики предприятий, выбору инвестиционных проектов и организации инвестиционных процессов. От того, насколько рационально сформирована инвестиционная политика, зависят устойчивость и эффективность деятельности промышленных предприятий. Поэтому исследование вопросов формирования инвестиционной политики промышленных предприятий, как основы экономики, имеет важное значение.

Инвестиционная политика, как и финансовая политика, является составной частью экономической политики государства. Инвестиционная политика – это важный рычаг воздействия как на экономику страны, так и на предпринимательскую деятельность ее хозяйствующих субъектов.

Под инвестиционной политикой государства понимается комплекс целенаправленных мероприятий по созданию благоприятных условий для всех субъектов хозяйствования с целью оживления инвестиционной деятельности,

подъема экономики, повышения эффективности производства и решения социальных проблем [1].

Основной целью инвестиционной политики является создание оптимальных условий для активизации инвестиционного потенциала.

При этом следует отметить, что кроме государственной инвестиционной политики различают отраслевую, региональную инвестиционную политику и инвестиционную политику предприятия.

Под отраслевой инвестиционной политикой понимается инвестиционная поддержка приоритетных отраслей хозяйства, развитие которых обеспечивает экономическую и оборонную безопасность страны, экспорт промышленной продукции, ускорение научно-технического прогресса и установление неискаженных хозяйственных пропорций на ближнюю и дальнюю перспективу.

Под региональной инвестиционной политикой понимается система мер, проводимых на уровне региона и способствующих мобилизации инвестиционных ресурсов и определению направлений их наиболее эффективного и рационального использования в интересах населения региона и отдельных инвесторов [1].

Все большую роль в инвестиционной деятельности в последнее время играют отдельные коммерческие предприятия и организации. Исходя из этого существенно повышается роль инвестиционной политики предприятия. Под инвестиционной политикой коммерческого предприятия понимается комплекс мероприятий, обеспечивающих выгодное вложение собственных, заемных и других средств в инвестиции с целью обеспечения финансовой устойчивости работы предприятия в ближайшей и дальнейшей перспективе.

Многие проблемы формирования инвестиционного процесса в современных условиях обусловлены отсутствием четко разработанной системы принципов инвестиционной политики. Система принципов инвестиционной политики является стержнем развития экономики, обеспечивающим эффективное взаимодействие всех уровней, начиная от предприятий и охватывая органы власти всех уровней.

Согласно теории инвестиций основными принципами инвестиционной политики являются: целенаправленность, эффективность, многовариантность, системность, гибкость, готовность к освоению ресурсов, регулируемость действий, комплексность и социальная, экологическая и экономическая безопасность.

Эти принципы должны реализовываться в инвестиционной политике органов власти различного уровня. Инвестиционная политика на федеральном уровне должна активизировать инвестиционную деятельность на уровне регионов и предприятий.

В современных условиях эффективная инвестиционная политика должна строиться в развитии четырех базовых принципов [2,3]:

- совершенствование законодательного обеспечения инвестиционной деятельности;
- осуществление концентрации инвестиционной политики на стратегических направлениях инвестиционных программ;

- организация взаимодействия с предприятиями с целью мобилизации в инвестиции их собственных средств (здесь речь идет о реализации взаимных интересов предприятий региона в развитии инвестиционной политики);

- осуществление постоянного мониторинга положительных и отрицательных моментов развития.

В настоящее время российская экономика нуждается в притоке иностранных инвестиций. Это вызвано практически полным отсутствием финансирования из средств государственного бюджета, отсутствием достаточных средств у предприятий, развитием общего экономического кризиса и спадом производства, большим износом установленного на предприятиях оборудования и другими причинами. Но прежде чем привлекать иностранные инвестиции, необходимо более рационально использовать собственные, поскольку иностранный капитал, привлеченный в экономику страны, оказывает двойное влияние. С одной стороны, это способствует экономическому росту и интеграции в мировую экономику, с другой стороны, накладывает определённые обязательства, делая страну зависимой от иностранных инвесторов.

Экономический кризис и реформирование экономики России в настоящее время не способствуют привлечению иностранного капитала, и это связано с несколькими основными причинами:

- нестабильность экономической и политической ситуации;
- несовершенное и противоречивое законодательство;
- неясность в определении прав собственности;
- отсутствие реальных льгот и привилегий для иностранного капитала;
- нестабильность рубля как национальной валюты;
- непредсказуемость изменений в налоговой системе и др.

Поэтому первоочередной задачей стоит создание благоприятного климата для инвестирования, достичь это можно за счет разработки грамотной и продуманной инвестиционной политики. На наш взгляд, именно сейчас, во время реформ по стабилизации экономики, на макроуровне постепенно складываются условия, необходимые для принятия сложнейших долгосрочных стратегических решений, к числу которых относятся инвестиционные. Наступает период радикальных структурных преобразований, направления которых будут диктоваться инвестиционными решениями экономических субъектов микроуровня – предприятиями, фирмами, корпорациями, банками. От того, насколько дальновидны, рациональны и эффективны будут эти решения, во многом зависит будущее конкретных предприятий.

Политика краткосрочной реструктуризации, которую проводят большинство отечественных предприятий (включая быстрокупаемые краткосрочные инвестиции: вложения в приобретение отдельных единиц оборудования, частичные усовершенствования технологий и т.п.), как правило, в связи с жесткими финансовыми ограничениями, не приводит к достижению цели устойчивого конкурентоспособного развития на достаточно длительную перспективу.

Осознание необходимости специальной инвестиционной политики, проведение в жизнь масштабных проектов долгосрочного характера потребовало от

предприятий разработки инвестиционных стратегий, реализация которых зависит от их инвестиционной привлекательности.

Под этим понимается *интегральная характеристика отдельных предприятий, как объектов предстоящего инвестирования, с учетом совокупности факторов внешнего и внутреннего воздействия, перспективности, выгоды, эффективности и приемлемого уровня риска вложения инвестиций в его развитие, за счёт собственных средств и средств других инвесторов* [4]. Определение привлекательности как одного из этапов разработки инвестиционной политики имеет важное значение, поскольку в основе методики лежит выявление факторов, влияющих на предприятие, и оценка перспектив развития субъекта хозяйствования, что позволяет определить приоритетные направления его развития.

По нашему мнению, исследование такого явления, как инвестиционная привлекательность при формировании инвестиционной политики предприятия имеет приоритетное значение.

Библиографический список

1. Попков В.П., Семенов В.П. Организация и финансирование инвестиций. [Электронный ресурс]: http://polbu.ru/popkov_investment/
2. Обозов С.А. Привлечение инвестиций в экономику города: теория и практика. – Нижний Новгород, НИСОЦ – Издательство Волго-Вятской академии государственной службы, 1998.
3. Сергеев И.В., Веретенникова И.И. Организация и финансирование инвестиций: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000.
4. Толстов В.К., Касаткина Е.В., Якименко Е.А. Инвестиционная привлекательность предприятий: методические подходы к оценке: Монография / Толстов В.К., Е.В. Касаткина, Е.А. Якименко – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. Серия: Управление корпорацией, 2008.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

1. **Аверин Андрей Сергеевич** - кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры менеджмента, Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск

2. **Антонова Ирина Сергеевна** - ассистент кафедры менеджмента, Национальный исследовательский Томский политехнический университет, г. Томск

3. **Асканова Оксана Владимировна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

4. **Балдина Наталья Павловна** - научный сотрудник, Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, г. Новосибирск

5. **Баранова Елена Владиславовна** - старший преподаватель кафедры «Международные экономические отношения» АлтГТУ, г. Барнаул

6. **Беляева Евгения Сергеевна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

7. **Благодатских Александр Александрович** - ООО Фирма «БИКС», г. Горно-Алтайск

8. **Богданова Наталия Алексеевна** - старший преподаватель кафедры предпринимательского права, Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

9. **Борисова Алена Александровна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск

10. **Буркова Елена Александровна** - ассистент кафедры «Финансы и кредит», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

11. **Вакорин Михаил Павлович** - кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры «Организации производства», Новосибирский государственный технический университет

12. **Вишняков Станислав Васильевич** - научный сотрудник, Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, г. Саранск

13. **Волкова Марина Владимировна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

14. **Вольных Елена Владимировна** - кандидат технических наук, начальник отдела Менеджмента качества образования, Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

15. **Галынчик Татьяна Анатольевна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

16. **Горохова Дарья Викторовна** - аспирантка, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва

17. **Гражданкин Вадим Анатольевич** - кандидат экономических наук, ассистент кафедры налогов и налогообложения, Алтайский государственный университет, г. Барнаул

18. **Гражданкина Ольга Анатольевна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры налогов и налогообложения, Алтайский государственный университет, г. Барнаул

19. **Дирша Елена Викторовна** - старший преподаватель кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

20. **Евдокимова Тамара Викторовна** - соискатель, арбитражный управляющий, Национальный исследовательский Томский государственный университет, г. Томск

21. **Ерохина Лидия Ивановна** - доктор экономических наук, профессор, ректор, Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

22. **Жилкина Юлия Викторовна** - кандидат экономических наук, преподаватель, Дипломатическая академия МИД России, г. Москва

23. **Зубкова Наталья Владимировна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и бухгалтерского учета, Институт менеджмента, маркетинга и финансов, г. Воронеж

24. **Иванова Ольга Петровна** - доктор экономических наук, профессор, первый заместитель директора, НОУ ДПО «Институт повышения квалификации и профессиональной переподготовки кадров», г. Кемерово

25. **Карелина Дарья Сергеевна** - Национальный исследовательский Томский государственный университет, г. Томск.

26. **Карпенко Александр Викторович** - ассистент кафедры «Финансы и кредит», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

27. **Касаткина Елена Викторовна** - кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой «Финансы и кредит», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

28. **Кирдяшкина Екатерина Степановна** - преподаватель кафедры маркетинга, Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, г. Саранск

29. **Клепикова Наталья Ивановна** - аспирантка, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск

30. **Кожевников Евгений Борисович** - аспирант, директор ООО «ЗЕРНО-СОЮЗ», г. Рубцовск

31. **Комлева Наталья Станиславовна** - кандидат экономических наук, доцент, Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, г. Саранск, Республика Мордовия

32. **Корицкий Алексей Владимирович** - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории, Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

33. **Коробкина Елена Владимировна** - старший преподаватель кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

34. **Королева Елена Николаевна** - аспирантка, Алтайский государственный университет, главный специалист отдела управления муниципальными предприятиями и учреждениями, комитет по управлению муниципальной собственностью города Барнаула, г. Барнаул

35. **Котванов Михаил Викторович** - старший преподаватель, Институт экономики и образования Алтайского государственного технического университета им. И.И. Ползунова, г. Барнаул

36. **Котванова Светлана Геннадьевна** - кандидат экономических наук, старший преподаватель, Бийский государственный педагогический университет им. В.М. Шукшина, г. Бийск

37. **Кулешова Лариса Владимировна** - кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры «Финансовый менеджмент и банковское дело», Ставропольский государственный аграрный университет, г. Ставрополь.

38. **Кутгубаева Тосканай Айтмукановна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск

39. **Лазарева Жанна Вачагановна** - ассистент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск

40. **Лашина Марина Владимировна** - преподаватель кафедры маркетинга, Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, г. Саранск

41. **Лобова Светлана Владиславьевна** - доктор экономических наук, зав. кафедрой экономики, социологии труда и управления персоналом ГОУ ВПО «Алтайский государственный университет», г. Барнаул

42. **Ляпкина Наталья Александровна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

43. **Макеева Марина Юрьевна** - аспирантка, кафедра международного менеджмента, Институт менеджмента и бизнеса Дальневосточного федерального университета, г. Владивосток

44. **Маклаков Иван Андреевич** - аспирант, Московский государственный областной университет, г. Москва

45. **Мальшева Дарья Александровна** - аспирантка, Саратовский государственный социально-экономический университет, г. Саратов

46. **Мальцева Елена Владимировна** - старший преподаватель кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

47. **Манаев Владимир Васильевич** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

48. **Маренич Ксения Игоревна** - аспирантка, специалист по УМР кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

49. **Маслихова Елена Александровна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

50. **Матвеева Екатерина Валерьевна** - соискатель, ассистент кафедры экономической теории и национальной экономики, Национальный исследовательский Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, г. Саратов

51. **Матерн Наталья Алексеевна** - старший преподаватель кафедры экономики и предпринимательства, Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск

52. **Молоканова Алена Александровна** - аспирантка, Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», (ВТБ), г. Рубцовск

53. **Мурзагулова Дарима Анатольевна** - аспирантка, ассистент кафедры прикладной информатики, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск

54. **Нечитайло Александр Анатольевич** - доктор экономических наук, профессор, директор Институт печати СГАУ, г. Самара

55. **Нечитайло Сергей Александрович** - ассистент кафедры ТМПП, Институт печати СГАУ, г. Самара

56. **Никифорова Ольга Владимировна** - аспирантка, старший преподаватель, ЧОУ ВПО «Институт социальных и гуманитарных знаний», г. Казань

57. **Осадчая Ольга Петровна** - доктор экономических наук, заведующая кафедрой «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

58. **Поп Екатерина Николаевна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск

59. **Приказчикова Юлия Викторовна** - ассистент кафедры экономики народного хозяйства, ННГУ им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород

60. **Прокопьев Александр Владимирович** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

61. **Прокопьева Татьяна Владимировна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

62. **Ремизов Денис Валерьевич** - аспирант кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

63. **Решетько Ксения Сергеевна** - аспирант, Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

64. **Рыбакова Ирина Владимировна** - ассистент кафедры «Экономика и управление», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

65. **Сенчукова Галина Викторовна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и предпринимательства, Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск

66. **Сидоров Сергей Владимирович** - кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики и психологии, Шадринский государственный педагогический институт, г. Шадринск

67. **Силютин Оксана Валентиновна** - начальник учебного отдела, НОУ ВПО «Международный институт компьютерных технологий», г. Воронеж

68. **Соломенникова Елена Афанасьевна** - кандидат экономических наук, доцент, Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, г. Новосибирск

69. **Сорокин Антон Витальевич** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

70. **Толстов Виктор Константинович** - доктор экономических наук, профессор, председатель совета директоров ОАО УК «Сибагромаш», г. Рубцовск

71. **Томашевич Иван Иванович** - директор ОАО «Алтайтрансмашсервис», председатель общественного Совета по развитию предпринимательства при Администрации г. Рубцовска и Городском Совете депутатов, г. Рубцовск

72. **Тропникова Татьяна Александровна** - старший преподаватель кафедры экономической теории, Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск

73. **Углинская Виктория Владимировна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

74. **Фроликова Наталья Павловна** - специалист по УМР кафедры «Экономика и управление», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

75. **Хрипко Светлана Владимировна** - соискатель, ассистент кафедры экономики, Набережночелнинский филиал Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Набережные Челны

76. **Хусаинов Рафик Абдуллович** - преподаватель, Хабаровский пограничный институт ФСБ России, г. Хабаровск

77. **Цомаева Ирина Владимировна** - кандидат экономических наук, руководитель информационно-аналитического отдела и помощник зам. директора по экономике, ОАО Алтайский приборостроительный завод «Ротор», г. Барнаул

78. **Чекова Екатерина Максимовна** - соискатель кафедры экономики, Самарский государственный университет, г. Самара

79. **Чернышева Елена Валерьевна** - старший преподаватель кафедры экономических дисциплин, филиал Алтайского государственного университета, г. Славгород

80. **Чистякова Ирина Сергеевна** - ассистент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск

81. **Шваков Евгений Евгеньевич** - доктор экономических наук, профессор, проректор по учебной работе Горно-Алтайского государственного университета, г. Горно-Алтайск

82. **Швецова Ольга Александровна** - старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга, Брянская государственная сельскохозяйственная академия, г. Брянск

83. **Щербакова Елена Геннадьевна** - кандидат экономических наук, доцент, Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, г. Саранск.

84. **Якименко Елена Анатольевна** - старший преподаватель кафедры «Экономика и управление», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

Научное издание

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ
И МЕНЕДЖМЕНТА
В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Материалы третьей всероссийской научно-практической конференции
21-22 апреля 2011 г.
(посвященной 70-летию АлтГТУ им. И.И. Ползунова)

Публикуется в авторской редакции

Редактор Е.Ф. Изотова

Подготовка оригинала-макета - редакционно-издательский отдел РИИ

Подписано к печати 23.05.11. Формат 84x108/16.
Усл. печ. л. 56,62. Тираж 130 экз. Заказ 11-390. Рег. №78.

Отпечатано в типографии ООО Фирма «Выбор».
658213, Рубцовск, пр. Ленина, 41.
