

Министерство образования Российской Федерации
Администрация Самарской области
ЦЭМИ РАН

Самарская государственная экономическая академия
Самарский государственный технический университет
Международная академия организационных наук
Международная академия корпоративного управления
Вольное экономическое общество
Самарский областной комитет государственной статистики

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Материалы
3-й Международной научно-практической
конференции

20-21 ноября 2003 года

Часть 1

Экономика предприятия. Организация производства.
Внешнеэкономическая деятельность предприятия

Самара 2003

УДК 638
ББК У9(2)301
П 78

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Самарской государственной экономической академии

Редакционная коллегия: д-р экон. наук, проф. **А.П. Жабин**, д-р экон. наук, проф. **Е.В. Зарова** (отв. редактор), канд. экон. наук, проф. **Н.А. Чечин**, д-р экон. наук, проф. **Б.Я. Татарских**, д-р экон. наук, проф. **Л.А. Сосунова**, д-р техн. наук, проф. **В.К. Чертыковцев**, канд. экон. наук, доц. **Л.А. Илюхина**, д-р экон. наук, проф. **О.Г. Макаренко**, канд. экон. наук, доц. **Е.В. Волкодавова**, канд. юрид. наук, доц. **А.Е. Пилецкий**, д-р экон. наук, проф. **В.И. Финони**, канд. филол. наук, д-р пед. наук, проф. **Г.В. Глухов**, **А.В. Прокаев** (Центр международных связей СГЭА), канд. экон. наук, доц. **З.Н. Семашкина** (отв. секретарь)

П 78 Проблемы развития предприятий: теория и практика: Материалы 3-й Международной научно-практической конференции. 20-21 ноября 2003 года. Ч. 1. Экономика предприятия. Организация производства. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. Самара: Изд-во Самар. гос. экон. акад., 2003. - 444 с. ISBN 5-94622-110-8

В материалах Международной научно-практической конференции "Проблемы развития предприятий: теория и практика" (Самара, 20-21 ноября 2003 г.) рассматриваются комплекс научно-теоретических и методических вопросов деятельности предприятий в современных условиях: направления повышения их хозяйственной устойчивости, кадровое, правовое, информационное и организационное обеспечение деятельности, вопросы совершенствования механизма управления, реструктуризации, методы и модели стратегической ориентации предприятий; проблемы маркетинговой деятельности предприятий, а также совершенствования процессов управления элементами комплекса маркетинга; современная концепция логистики, ее теоретические и методологические основы, особенности использования логистики в различных сферах деятельности, сфера услуг, обусловленная потребностями общества и достижениями научного прогресса; аспекты внешнеэкономической деятельности, в том числе по проблеме вступления России в ВТО; многоаспектные проблемы экономики труда и управления персоналом, совершенствование направлений кадровой политики предприятий и регионов на современном этапе.

Предлагаются новые научно-методические подходы к экономическому и организационному развитию и антикризисному управлению в рыночных условиях, а также дается анализ теоретических и методологических подходов по проблемам развития современных предприятий, обобщается опыт их работы.

ISBN 5-94622-110-8

© Самарская государственная
экономическая академия, 2003

Секция 1
ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Б.Я. Татарских
*Самарская государственная
экономическая академия*

**ОТРАСЛЕВЫЕ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО
ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОЕНИЯ**

Решение вопросов, связанных с развитием наукоемких производств в отечественном машиностроении во многом обуславливается совершенствованием инновационного бизнеса, в том числе решением таких вопросов, как оценка структуры спроса на инновационные разработки и возможности организаций и фирм по его удовлетворению; исследование емкости региональных рынков новых разработок и технологий; управление инновационными проектами; схемы финансирования инновационных проектов; венчурное финансирование; политика федеральных властей в области развития инновационного бизнеса и др. Опыт зарубежных стран показывает, что без привлечения технологических инноваций невозможно в короткие сроки осваивать выпуск новых видов техники, оборудования. При этом имеется тенденция опережающего темпа затрат на проведения маркетинговых исследований, направленных на получение значимой для фирм информации о потенциале конкурентов по тем или иным видам товаров. Отечественные машиностроительные предприятия не всегда рационально и в срок используют научный задел НИИ и вузовского сектора по ведущим направлениям развития прогрессивных технологий на базе имеющихся НИОКР, которые по разным причинам не были доведены до серийного производства. Во многих промышленных центрах страны все еще сильны реально существующие ведомственные и информационные барьеры в системе предприятий различных подотраслей машиностроения (в первую очередь это относится к предприятиям ОПК) В связи с созданием Приволжского федерального округа появляются реальные перспективы консолидации научно-технологического и организационно-экономического потенциала для дальнейшего, более ускоренного развития машиностроительного комплекса, в составе которого особую роль выполняет автомобильная промышленность и потенциально самолетостроение. В ПриФО создаются все основные материальные, организационные и финансовые предпосылки производства в больших объемах легковых автомобилей на базе предприятий г.г. Тольятти, Н. Новгорода, Ижевска, Ульяновска. Здесь может быть создана мощная производственная корпорация с на-

учно-исследовательской и банковской структурой при определенной поддержке законодательных органов субъектов округа. Анализ показывает, что в ПриФО может быть сделан существенный "поворот" в сторону дальнейшего эффективного создания сложных наукоемких производств, значение которых постоянно возрастает в связи с необходимостью выхода отечественных машиностроительных предприятий из зависимости от зарубежных машиностроительных фирм США, Японии, Германии и др. Во многих машиностроительных центрах страны сохранился относительно высокий научно-технологический потенциал. В Приволжском федеральном округе сосредоточено около 70% мощностей по производству авиационной техники и примерно 80% по производству автомобилей. В этой связи необходима стратегия развития машиностроительного комплекса, ориентированного на сохранение научно-технического потенциала головных предприятий данного региона. Ускорение темпа развития материально-технической базы этих предприятий невозможно без целевой федеральной финансовой поддержки. Целесообразно на определенном отрезке времени (5-8 лет) предусмотреть в практике управления промышленностью введение ежегодного государственного заказа на особо важную продукцию для силовых и других ведомств страны. Это должно быть отражено в бюджете страны с учетом финансовых ресурсов.

Дальнейшее развитие современных технологий связано, прежде всего, с повышением качества рабочей силы. Проблема качества рабочей силы вызвана закономерным процессом развития технологий и усложнением общего информационного пространства. Замедление роста качества рабочей силы за последние 10 лет привело (как один из важнейших факторов) к снижению темпа роста эффективности производства. Создаваемые технологические системы не могут реализовать "заложенный" в них технико-экономический потенциал, что в первую очередь проявляется в уровне производительности машин и оборудования. Исследованиями отечественных и зарубежных ученых установлено, что рост автоматизации современного производства не дает проектного (ожидаемого) социально-экономического эффекта без опережающего темпа роста качества рабочей силы и, прежде всего, на "стыках" производителей-отраслей оборудования (машин) и отраслей-потребителей этих машин, когда не обеспечивается единая научно обоснованная технологическая идеология, сориентированная на достижение высоких конечных хозяйственных результатов. Отсутствие четкой национальной доктрины выхода страны из экономического кризиса сдерживает возможности реализации задела по научному потенциалу в ведущих отраслях промышленности и не создает объективных предпосылок решения стратегических задач повышения качества рабочей силы в базовых отраслях экономики страны. Прогнозные оценки занятости трудовых ресурсов показывают, что в ближайшие 15-20 лет дальнейшее развитие производственного потенциала реально возможно только за счет опережения темпов эффективности рабочей силы (ее качества). Здесь речь идет о стратегии ускоренного перехода к преимущественно интенсивным методам хозяйствования в системе машиностроения. Даже в условиях комплексной автоматизации производства роль человеческого

фактора остается наиболее значимой. Одним из основных вопросов государственной научно-технической политики является государственная кадровая политика в сфере научной деятельности, как в системе академических, так и вузовских структур. Наиболее сложной остается проблема отраслевой науки, роль которой в последние 10-12 лет необоснованно принижена. Это характерно и для предприятий оборонно-промышленного комплекса, где в прежние годы были мощные научно-исследовательские и опытно-конструкторские подразделения, в которых было занято не менее 2-5% всего персонала работающих. В настоящее время на крупных предприятиях автомобилестроения, тяжелого и энергетического машиностроения еще сохранились научно-технические центры, которые имеют достаточно высокий научный, кадровый потенциал и опытно-экспериментальную базу для решения задач, связанных с созданием новой конкурентоспособной продукции. Эффективное функционирование таких центров способствует развитию инновационной деятельности. Однако, для сохранения этого потенциала требуется целевая финансовая поддержка. Появление новых организационно-правовых форм в системе управления крупными внутриотраслевыми комплексами (холдингами) может способствовать активизации инновационной деятельности, так как увеличиваются финансовые возможности. Это обуславливается и тем, что в холдингах создаются структурные подразделения, в составе которых имеются специалисты-профессионалы в области инновационного менеджмента и технологического маркетинга. Здесь определенную роль могут сыграть ресурсы финансово-промышленных групп, в составе которых имеются научно-исследовательские организации. В настоящее время отмечается пассивная государственная политика в области развития современных технологий во всех отраслях экономики. Это во многом обуславливается отсутствием теоретико-методологических обоснований стратегии технологического развития базовых отраслей промышленности. Ориентация преимущественно на текущие задачи экономического развития связана в значительной мере с отсутствием промышленной и технологической политики в сфере основных отраслей экономики. Анализ показывает, что уже более 10 лет заметно снижение "порога" технологической безопасности в системе наукоемких отраслей и, прежде всего, в машиностроительном комплексе. В этом комплексе, к сожалению, виден регресс во многих подотраслях, к которым относятся самолетостроение, станкостроение и др. Как отмечают ученые, практически во всех машиностроительных центрах страны имеется невостребованность сохранившегося по ряду элементов современного производства научно-технического потенциала (НТП). В машиностроительном комплексе недостаточно исследуются проблемы, связанные с реалиями энергоэкономической многоукладности, которая сдерживает "прорывные" прогрессивные технические решения, как в области орудий, так и предметов труда. В этой связи особая роль принадлежит целевым государственным программам. Так, в основе целевой программы "Национальная технологическая база" лежит идея совершенствования технологических укладов. Технологическая многоукладность отечественного машиностроения является одним из сдерживающих факторов, не позволяющих

повышать технологический потенциал предприятий. Исследования показывают, что создание современных технологических укладов невозможно без дальнейшего снижения негативных последствий энергетической многоукладности в системе промышленной энергетики и оптимизации использования различных энергоносителей (в том числе электроэнергии различных параметров). В отличие от основного технологического оборудования уровень энерготехнологического оборудования имеет более низкие характеристики производственного "сопряжения" в системе комплекса классических переделов машиностроительного производства.

В качестве главных факторов, которые привели к падению эффективности развития технологий в машиностроительном комплексе страны в новых условиях хозяйствования следует выделить: несовершенство системы управления научно-технологическим прогрессом; разрушение единого организационно-экономического и научно-информационного пространства на межотраслевом и межрегиональном уровнях; научно необоснованная приватизация государственности, приведшая к деформации всей научно-технической сферы, включая НИО, ОКБ, НИИ; отсутствие стратегии развития машиностроения и связанных с ним отраслей; малоэффективная система привлечения иностранных инвестиций в сферу высоких технологий отрасли; отсутствие инновационных ресурсов для опережающего развития приоритетных НИОКР (в том числе для расширения потенциала технологий "двойного" назначения); критически высокий физический износ ведущего оборудования большинства предприятий, выпускающих особо сложную и наукоемкую продукцию; отсутствие концепции подготовки инженерных кадров для наукоемких отраслей машиностроения на государственном уровне; низкий уровень инновационного менеджмента; невыполнение большинства государственных программ по развитию базовых технологий ведущих отраслей промышленности и прежде всего машиностроения; несовершенство механизма стимулирования создания прогрессивных технологий.

В отечественном машиностроении и металлообработке (в системе ОПК) сохранились "заделы" по двойным технологиям производства прогрессивных конструкционных и инструментальных материалов, однако этот потенциал используется недостаточно в силу ряда организационно-экономических причин. В том числе и потому, что государственные программы по развитию новых технологий практически не реализуются, что относится в первую очередь к созданию новых конструкционных материалов. Вместе с тем при действии рыночных механизмов есть проблема оценки степени объективности качества исходных материалов и ценностные ориентиры при их взаимозаменяемости. Оптимизация сортамента товарного проката на основе анализа конъюнктуры современного рынка средств производства позволяет металлургам обеспечивать управление прибылью для решения задач, связанных с перевооружением устаревших производственных фондов. Это особенно актуально, так как тарифная политика в энергетическом комплексе страны не способствует снижению себестоимости продукции металлургических предприятий и соответственно в машиностроении.

За последние 8-10 лет доля энергетических затрат в структуре себестоимости типичной металлопродукции возросла в 1,5 - 1,8 раза. В масштабах экономики страны наиболее сложной научно-методической проблемой остается (как и многие годы в прошлом) проблема точной оценки взаимодействия факторов тенденций структуры металлопроката и структуры парка основного технологического оборудования в машиностроении. Решение этой проблемы могло бы способствовать научно-обоснованию стратегии развития станкоинструментальной промышленности страны. Маркетинг новых исходных металлов в качестве конструкционного материала в системе предприятий отечественного и зарубежного металлургического комплексов является важным условием эффективного развития металлоемких производств в машиностроении. В этой связи особое место занимает проблема повышения качества работы службы главного металлурга и взаимосвязанных с ней других технических структурных подразделений (отделов).

В реальных рыночных условиях необходимо глубокое исследование положительных и отрицательных факторов, определяющих результативность хозяйствования в системе межотраслевых функционально-технологических связей предприятий металлургии и машиностроения. На многих машиностроительных предприятиях технологические службы (отделы) очень редко анализируют базовые технико-экономические параметры исходных конструкционных и инструментальных материалов, что приводит к неэффективным инженерным решениям. В первую очередь это относится к возможности замены черных и цветных металлов новыми материалами. Наиболее характерно это для автомобильной и авиационной промышленности. Как показывают данные, еще медленно внедряются в машиностроении титановые и другие прогрессивные сплавы, определяющие во многих случаях динамику конкурентоспособности создаваемых машин, оборудования. Оптимизация структуры исходных конструкционных материалов на основе технико-экономических обоснований применительно к конкретным производственным условиям предприятий машиностроения является важным фактором снижения общей и удельной металлоемкости машин, оборудования. Государственные заказы на разработку новых "прорывных" технологий должны иметь известные приоритеты, так как это может быть определенным условием интеграции нашей страны в мировую технологическую среду. Инвестиции, преимущественно ориентированные на развитие прогрессивных технологий должны быть экономически привлекательны и иметь определенную защиту со стороны государства. Государственные межотраслевые научно-исследовательские центры развития базовых технологий при преимущественно бюджетном финансировании следует создавать в машиностроительных регионах страны.

За рубежом, в частности в США, особое внимание уделяется проблемам, связанным с развитием технологий национального масштаба и в системе отдельных отраслей промышленности. В США уже многие годы центры промышленной технологии при поддержке правительства действуют при ведущих университетах страны. Управление промышленной технологии входит в состав министерства торговли США но подчиняется непосредственно Президенту США. В России в 1997 году

было создано Министерство промышленности, науки и технологий, которое призвано осуществлять работы, направленные на проведение технической политики на государственном уровне на базе научно-технологического потенциала страны и расширения внешнеэкономической деятельности за счет развития инновационного сектора экономики. В этом министерстве разрабатываются стратегические задачи повышения результативности научного задела в системе институтов РАН и ведущих вузов страны, на основе которого можно с определенной степенью точности прогнозировать появление в перспективе новых товаров. Проблемы управления технологией связаны с решением производственных задач при создании экономически эффективных машин (оборудования) при оптимальном приращении интегрального коэффициента ресурсоотдачи при соблюдении государственных экологических нормативов по всем технологическим операциям (переделам) машиностроительного производства. Динамика ресурсоотдачи характеризует в значительной степени эффективность хозяйствования, однако, отдельные элементы ресурсов измерить сложно и стоимостная оценка уровня ресурсоотдачи не может объективно отражать реальные результаты хозяйствования в системе предприятий машиностроения. Например, это относится к интеллектуальному потенциалу, к накопленным научным знаниям (задел по НИОКР и др.) Основными организационно-экономическими и структурно-технологическими мероприятиями обеспечения стратегической цели развития предприятий машиностроительного комплекса должны быть: создание и развитие инженерно-технических и инженерно-исследовательских центров (филиалов Государственных научных центров) при финансовой поддержке федеральных и региональных органов управления (по приоритетным направлениям стратегического значения); создание условий для эффективной инновационной деятельности (в том числе и за счет государственных средств в рамках национальной инновационной системы); совершенствование организации стратегического маркетинга прогрессивных технологий, в том числе учеными НИИ РАН, вузов, межотраслевых научно-технических центров; совершенствование теории и методологии прогнозирования научно-технологического потенциала иностранных предприятий - конкурентов в сфере новых технологий в корпорациях (фирмах) промышленно развитых стран (в том числе технологий двойного назначения); создание системы комплексного информационного обеспечения научно-технологической деятельности на базе государственной организации РОСИНФОРМРЕСУРС и его региональных структур; совершенствование механизма экономического стимулирования новых технологических разработок на условиях долевого участия федеральных и отраслевых структур (в том числе за счет целевого фонда в бюджете страны); совершенствование нормативно-законодательной и правовой базы научно-технологической деятельности (в том числе в организациях ГНЦ); повышение эффективности инновационного и технологического менеджмента на основе подготовки специалистов в головных вузах страны и стажировок за рубежом; совершенствование системы инженерно-экономической и организационной инфраструктуры развития новых технологий при опережающих темпах финансового

обеспечения на федеральном уровне; повышение качества механизма материального стимулирования специалистов инженерных подразделений предприятий (организаций); совершенствование методов и средств технологической подготовки производства на базе использования современных ЭВМ и системы CALS; повышение уровня механизации и автоматизации труда специалистов системы НИОКР путем широкого внедрения компьютерных технологий и автоматизированных рабочих мест; совершенствование хозяйственного взаимодействия заводских и отраслевых структур вузов и НИИ РАН, занятых в сфере развития высоких технологий и технологий двойного назначения; создание экономических условий для опережающего развития наукоемких технологий в ведущих секторах машиностроения, определяющих основу оборонного потенциала (путем выделения необходимых средств); активизация рекламной и выставочной работы, как условие повышения результативности маркетинговой деятельности торгово-промышленных палат регионов страны; совершенствование методологии измерения и оценки темпов динамики технологического развития (технологического потенциала) на отраслевом уровне и уровне отдельных предприятий для повышения эффективности инвестиционной деятельности; разработка системы элементов технологической политики в самостоятельном разделе перспективных и текущих производственных бизнес-планов предприятий как условие формирования проектов развития материально-технической базы предприятий; совершенствование хозяйственного механизма взаимодействия предприятий гражданского и "закрытого" машиностроения при создании и использовании "двойных" технологий на региональном и межотраслевом уровнях; разработка и реализация программ координации хозяйствования ведущих предприятий машиностроения промышленных регионов России по эффективному использованию технологий. Реализация данных мероприятий потребует дополнительных значительных средств, однако, выход из кризисного состояния отечественного машиностроения может стать важнейшим условием повышения экономического потенциала национального масштаба.

Г.Д. Адырхаева
*Самарская государственная
экономическая академия*

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ АПК

Специфика АПК как объекта планирования выражается в том, что включает несколько органически взаимосвязанных отраслей народного хозяйства, первичным же является сельское хозяйство.

При прогнозировании развития АПК необходимо учитывать соотношение между потребностью в аграрной продукции и производством конечной продукции, между основными сферами и отраслями АПК, а также внутри производственной, организационной и социальной структур. Данные пропорции могут рассматриваться на территориальном, отраслевом и межотраслевом уровнях.

Расчеты по прогнозированию развития АПК на различных уровнях управления многовариантны, требуют больших объемов вычислений, поэтому необходимо применение экономико-математических методов. Система моделей должна быть ориентирована независимо от уровней планирования на максимальный выход продукции высокого качества при наиболее оптимальном использовании планируемых ресурсов.

На областном уровне формируется общая постановка задачи по планированию и прогнозированию АПК. Она может быть подразделена на отдельные задачи; по разработке целевых комплексных программ; по развитию и размещению отраслей и предприятий областного контура; по оптимизации районных АПК с целью дальнейшего уточнения экономических и производственных связей на уровне областей; по разработке основных балансов производства и потребления продукции.

При использовании экономико-математических методов на уровне района или зоны можно использовать задачу по оптимизации производственной структуры сельскохозяйственного производства, увязка с переработкой продукции, возможна оптимизация организационной и социальной структур АПК. В этом случае задача должна состоять из четырех блоков: формирование систем ведения сельского хозяйства; заготовка и транспортировка продукции; перерабатывающая промышленность; реализация конечной продукции. В каждом блоке записываются связующие условия. Общие условия для АПК и целевая функция включаются в связующий блок.

При прогнозировании АПК необходимо учитывать развитие внешнего и внутреннего рынков, стремиться насытить внутренний рынок отечественной продукцией. В рыночных условиях усиливается концентрация производства в региональных АПК, формируются специальные зоны размещения отдельных видов сельскохозяйственной продукции с учетом природных факторов, большинство регионов стремится к самообеспечению продукцией своего АПК, появляется межрегиональная конкуренция на рынке сбыта продукции.

Экономико-математическая задача представлена в блочном виде. Каждый блок - природно-экономическая зона Самарской области. Связующий блок включает ограничения относящиеся к агропромышленному блоку области.

Переменными величинами в растениеводстве являются площади посева сельскохозяйственных культур в зависимости от вида хозяйственного использования продукции и канала реализации продукции. При определении урожайности сельскохозяйственных культур используется метод суммирования коэффициентов, который позволяет определить урожайность сельскохозяйственных культур в зависимости от уровня интенсивности производства.

Переменными величинами в животноводстве могут быть поголовье животных, производство животноводческой продукции, а так же вспомогательные переменные по определению продуктивности животных в зависимости от уровня кормления, что связано с развитием кормовой базы. Вспомогательные переменные позволяют определить привлечение производственных ресурсов по каждой зоне.

Ограничения по каждой зоне включают условия по использованию сельскохозяйственных угодий, трудовых ресурсов, производственных

затрат, по производству и использованию кормов по группам, по элементам питания, по реализации продукции. Ограничения в связующем блоке позволяют записать общее условие по области (реализации продукции, переработка, транспортировка и др.). В рыночных условиях предпочтение отдается критерию - максимум прибыли, т.к. данный критерий позволяет полнее учитывать возможности предприятий и зон в увеличении производства более выгодной продукции и использования имеющихся производственных ресурсов.

Исходной информацией для составления экономико-математической задачи являются по каждой зоне средние многолетние данные по урожайности сельскохозяйственных культур продуктивности животных по затратам труда, производственным затратам, по реализации продукции. Для определения урожайности сельскохозяйственных культур используются данные по ресурсо-экологосберегающей технологии, передовых хозяйств зоны, а по картофелю - западно-европейской технологии.

Анализ результатов решения экономико-математической задачи показал, что дальнейшее увеличение производства сельскохозяйственной продукции возможно за счет интенсификации производства и совершенствования структуры посевных площадей. Внедрение ресурсо-экологосберегающей технологии позволит увеличить урожайность зерновых культур на 4-9 ц/га, совершенствование кормовой базы, повышение уровня кормления и сбалансированность рационов по элементам питания позволит увеличить продуктивность коров на 600-700 кг в год.

Дальнейший рост объемов производства в личных подсобных хозяйствах населения наталкивается на серьезные препятствия (проблемы с кормами, молодняком, поэтому данный сектор экономики нельзя рассматривать отдельно. Уровень обеспеченности животных кормами в основном зависит от развития сельскохозяйственных предприятий. Анализ кормовой базы показал, что для хозяйств населения необходимо более 40% кормов производить в сельскохозяйственных предприятиях, в т.ч. более 30% концентратов и других групп кормов. Данное положение требует совершенствования структуры посевных площадей и экономических взаимоотношений между сельскохозяйственными предприятиями и личными подсобными хозяйствами.

Для повышения рентабельности сельскохозяйственного производства необходимо повышение цен на продукцию, реализуемую по различным каналам.

С.И. Ашмарина

*Самарская государственная
экономическая академия*

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Становление информационного общества неразрывно связано с развитием интеллектуального капитала. В настоящее время интеллектуальные ресурсы, наряду с территорией, численностью населения, богатством недр,

ресурсосберегающими и экологичными технологиями многоотраслевой индустрии, формируют потенциал экономического роста, определяют уровень жизни, обеспечивают мировое лидерство, служат показателем стратегического уровня экономической мощи страны, ее национального статуса.

Средством производства интеллектуальной экономики являются знания и информация. Интеллектуальный ресурс является той непрерывно воспроизводящейся, разрастающейся и усложняющейся средой и одновременно основой, на фундаменте которой и из которой строится конструкция новой экономики, при этом многие ее особенности обусловлены свойствами конструкционного материала. К основным свойствам знаний и информации как специфического ресурса новой экономики можно отнести следующие:

- знания являются всеобщим достоянием;
- знаниями можно только пользоваться, они не расходуются;
- сколько бы знания ни использовались, они не перестают быть полезными;
- поскольку запас знаний не убывает, каждый может ими воспользоваться без опасения, что ему не хватит;
- знания не имеют проблемы товарного дефицита - продавец знания при их продаже не лишается последних, он остается их владельцем и может продавать одни и те же знания многократно (в отличие от материальных вещей);
- "себестоимость" получения знаний не зависит от их "тиражирования" и числа пользователей;
- знания не ограничены пространством, они могут восприниматься одновременно во многих местах;
- некоторые виды знаний чувствительны ко времени - они устаревают, иногда мгновенно;
- устаревая, знания не исчезают без следа;
- замедление, тем более прекращение процесса получения знаний, консервация таким образом запаса знаний, - ведут к их обесцениванию;
- знания как экономическая категория (по аналогии с деньгами и оборудованием) приобретают ценность только в контексте конкретной стратегии их применения;
- чем больше знаний, тем они, как правило, дороже и качественнее (в мире вещей наоборот: чем их меньше, тем они дороже и лучше по качеству);
- объем знаний непрерывно увеличивается (в отличие от невозможных материальных ресурсов, прежде всего - минерально-сырьевых);
- при каждой передаче знаний количество их обладателей увеличивается (к прежнему обладателю знаний прибавляется новый, в мире же вещей при их передаче прежний владелец лишается этих вещей);
- любая экономическая деятельность порождает больший объем знаний (информации), чем потребляет;
- процесс воспроизводства новых знаний непредсказуем - результаты исследований не всегда зависят или совсем не зависят от величины вложенных в их получение средств;
- доведение знаний до потребителей может осуществляться мгновенно, в реальном времени (так, например, компьютерная программа,

информационный или иной файл (музыка, изображение и т.п.) через Интернет поступает к пользователю);

- накладные расходы по воспроизводству знаний незначительны по сравнению с полной стоимостью затрат на получение знаний, где эта стоимость и концентрируется (в противоположность миру вещей, где процесс тиражирования и доведения до потребителя стоит дороже их создания);

- знания при их тиражировании демонстрируют "возрастающую доходность" в отличие от материальных продуктов, которые с ростом тиража и по мере насыщения рынка имеют "убывающую доходность";

- наконец, знания обладают уникальной способностью, не присущей другим ресурсам и, тем более, их совокупности. Их можно представить, хранить, передавать и некоторые даже использовать (например, компьютерные программы) в унифицированном, единообразном виде - в цифровых кодах. Представить материальные и иные экономические ресурсы в столь же универсальном виде теория познания материи, возможно, и позволяет (в виде, допустим, каких-то элементарных частиц), но она не позволяет ими пользоваться в повсеместной практике.

Однако, интерпретация понятий "знания" и "информация" в научной и специальной литературе как категорий тождественных, на наш взгляд, неправомерно. Несмотря на разнообразие трактовок "информации" и "знания", в них есть нечто общее, позволяющее, при всех различиях рассматриваемых категорий, объединить их в единый инновационный ресурс современного развития, основными характерными и специфическими особенностями которого, на наш взгляд, являются его глобальность, неисчерпаемость, нематериальность, изменчивость, универсальность представления, инвариантность к способам применения, энтропийность получения и т.д. На этих свойствах ресурсного и конструкционного материала строится экономика информации. На получении знаний, на исследованиях и разработках, применении их результатов в производстве растет наукоемкая промышленность.

Таким образом, можно отметить, что основой интеллектуального капитала являются знания, а использование знаний определяет уровень развития и информационной экономики.

А.С. Бажанов

*Нижегородский государственный
технический университет*

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ

Завершающим этапом построения кривых жизненного цикла (ЖЦИ) является прогнозирование объемов продаж. В современных условиях прогнозирование с достаточной долей вероятности возможно на срок не более 3 лет.

Определим первую границу интервала прогнозных значений. При построении модели ЖЦИ необходимо основываться на модели продаж базового изделия. Основной целью является получение прибыли. Для

сопоставимости результатов исследования, предположим, что уровень рентабельности продаж на разных этапах жизненного цикла изделия - постоянная величина. Для базового изделия характерен некий уровень спроса. Емкость рынка постоянна (при условии, что маркетинговые усилия предприятия направлены не на увеличение доли рынка, а на ее удержание). Следовательно, изменение объема рынка пропорционально изменению темпов валового внутреннего продукта. При условии внедрения новшества на этом же предприятии тенденции изменения уровня валовой прибыли будут аналогичны базовому изделию, при этом основное влияние оказывают на нее затраты.

Таблица 1

Основные статьи себестоимости

№ п/п	Наименование статьи	Обозначение
1.	Материалы	Z_m
2.	Заработная плата	$Z_{з/п}$
3.	Энергоресурсы	$Z_э$
4.	Накладные расходы	Z_n
5.	Амортизация	Z_a
	Итого	Z

Суммарная себестоимость равна

$$Z = Z_m + Z_{з/п} + Z_э + Z_n + Z_a \quad (1)$$

Примем, что $Z_a = \text{const}$, так как суммарные амортизационные отчисления примерно постоянны.

Накладные расходы равны

$$Z_n = Z_{нз/п} + Z_{нэ} + Z_{нм} \quad (2)$$

где $Z_{нз/п}$ - заработная плата вспомогательных работников и администрации,

$Z_{нэ}$ - затраты на энергетические ресурсы для общехозяйственных целей;

$Z_{нм}$ - затраты на вспомогательные материалы.

Выражая структуру себестоимости через доли в общем объеме

$$Z = x_m * Z_m + x_{з/п} * Z_{з/п} + x_э * Z_э + x_{нм} * Z_{нм} + x_{нз/п} * Z_{нз/п} + x_{нэ} * Z_{нэ} \quad (3)$$

Следовательно, при:

$$x_m + x_{з/п} + x_э + x_{нм} + x_{нз/п} + x_{нэ} = 1 \quad (4)$$

$$Z = (x_m + x_{нм}) * Z_m + (x_{з/п} * x_{нз/п}) * Z_{з/п} + (x_э + x_{нэ}) * Z_э \quad (5)$$

Выразим в уравнении (5) плановые затраты через процентное увеличение текущих затрат.

$$Z_{п1} = (x_m + x_{нм}) * Z_t * \Delta_{мп1} + (x_{з/п} * x_{нз/п}) * Z_t * \Delta_{з/п п1} + (x_э + x_{нэ}) * Z_t * \Delta_{эп1} \quad (6)$$

где $\Delta_{мп1}$ - процент роста плановых затрат на материалы;

$\Delta_{з/п п1}$ - процент роста плановых затрат на заработную плату;

$\Delta_{эп1}$ - процент роста плановых затрат на энергетику;

Z_T – текущие суммарные затраты.

Упростим выражение (6)

$$Z_{\text{пл}} = Z_T((x_M) * \Delta_{\text{мп1}} + (x_{3/\text{п}}) * \Delta_{3/\text{п п1}} + (x_3) * \Delta_{\text{эп1}}) \quad (7)$$

Уравнения для трех прогнозируемых лет:

$$\begin{cases} Z_{\text{пл1}} = 3((x_M) * \Delta_{\text{мп1}} + (x_{3/\text{п}}) * \Delta_{3/\text{п п1}} + (x_3) * \Delta_{\text{эп1}}) \\ Z_{\text{пл2}} = 3((x_M) * \Delta_{\text{мп2}} + (x_{3/\text{п}}) * \Delta_{3/\text{п п2}} + (x_3) * \Delta_{\text{эп2}}) \\ Z_{\text{пл3}} = 3((x_M) * \Delta_{\text{мп3}} + (x_{3/\text{п}}) * \Delta_{3/\text{п п3}} + (x_3) * \Delta_{\text{эп3}}) \end{cases} \quad (8)$$

Подставляем значения прироста плановых показателей по материалам, заработной платы и энергетике. Прогноз представлен двумя сценариями, поэтому прогнозные значения затрат будут колебаться в интервале "оптимистичное" - "пессимистичное" (чем выше затраты, тем больше валовой прибыли, при условии постоянного уровня рентабельности). Используются коэффициенты "Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования". Пессимистичные значения на 2004-2006 гг.:

$$\begin{cases} Z_{\text{пл1}} = 3((x_M) * 1,08 + (x_{3/\text{п}}) * 1,053 + (x_3) * 1,2) \\ Z_{\text{пл2}} = 3((x_M) * 1,06 + (x_{3/\text{п}}) * 1,055 + (x_3) * 1,2) \\ Z_{\text{пл3}} = 3((x_M) * 1,05 + (x_{3/\text{п}}) * 1,063 + (x_3) * 1,2) \end{cases} \quad (9)$$

Оптимистичные значения на 2004-2006 гг.:

$$\begin{cases} Z_{\text{о1}} = 3((x_M) * 1,1 + (x_{3/\text{п}}) * 1,064 + (x_3) * 1,25) \\ Z_{\text{о2}} = 3((x_M) * 1,085 + (x_{3/\text{п}}) * 1,067 + (x_3) * 1,25) \\ Z_{\text{о3}} = 3((x_M) * 1,075 + (x_{3/\text{п}}) * 1,074 + (x_3) * 1,25) \end{cases} \quad (10)$$

Проведем новое исследование и спрогнозируем другие значение объемов продаж. Для кривой ЖЦ базового изделия находим процентные изменения прибыли за каждый последующий.

Таблица 2

Динамика прибыли по годам

Период	Процент увеличения
t_1	Z_{1-2}
t_2	Z_{2-3}
t_n	Z_{n-1-n}

Для нового изделия по известным точкам строим кривую жизненного цикла (рис. 1). Рассчитываем прирост объемов продаж к предшествующему году.

Рассчитываем площадь полученной фигуры ограниченную осью от и функцией наилучшего соответствия на отрезке $(t_1; t_m)$. Для базового изделия рассчитываем функцию наилучшего соответствия выраженную полиномом третьего порядка вида:

$$S = a * t^3 + b * t^2 + c * t + d \quad (11)$$

Рассчитываем процент прироста объемов продаж к предшествующему году. Рассчитываем площади фигур, ограниченных осью от, функцией, описывающей динамику продаж базового изделия, выраженную полиномом третьего порядка (11) на отрезках $(t_1; t_2) \dots (t_{n-1}; t_n)$. Рассчитанные площади нарастающим итогом заносим в табл. 4.

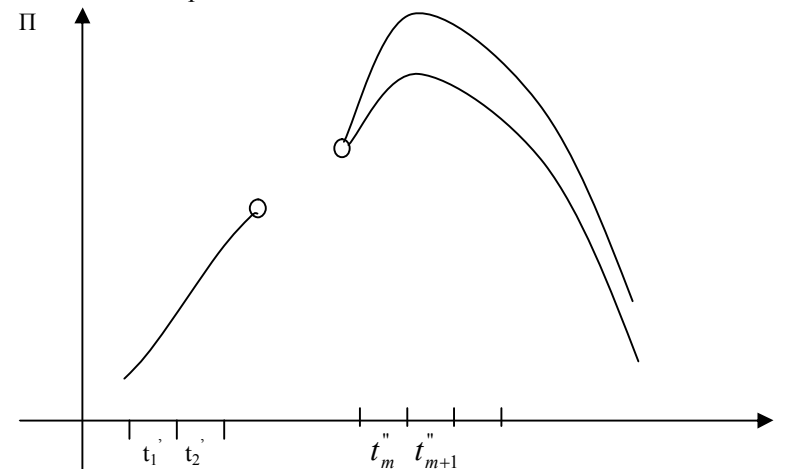


Рис. 1 Фактическая кривая жизненного цикла

Таблица 3

Динамика прибыли по годам

Период	Процент увеличения
t_1	Z_{1-2}
t_2	Z_{2-3}
t_m	Z_{n-1-n}

Таблица 4

Фактические объемы продаж базового изделия по годам

Период	Площадь
t_1	S_1
...	...
t_n	S_n

Находим соответствующую площадь и определяем количество лет, за которые базовое изделие его достигло.

При условии $S' = S_K$

$$t_s = t_K - t_1 + 1 \quad (12)$$

$$t'_s = t'_m + 1 \quad (13)$$

Находим изменение скорости объемов продаж

$$\Delta = \frac{t_s - t'_s}{t_s} \quad (14)$$

Полный жизненный цикл нового изделия будет равен

$$t'_n = t_n * (1 - \Delta) \quad (15)$$

Для построения кривой ЖЦ нового изделия определяем новый интервал расчета периодов времени.

$$t'' = \frac{t'_n}{t_n} \quad (16)$$

Строим таблицу изменений объемов продаж нового изделия с учетом перерасчета временного периода (табл. 5)

Таблица 5

Перерасчет временного периода

Период времени для базового изделия	Период времени для нового изделия	Процент увеличения
t_m	t_m''	Z_{1-2}
t_{m+1}	t_{m+1}''	
		Z_{2-3}
t_n	t_n''	Z_{n-1-n}

По полученным значениям изменений объемов продаж строим прогнозную кривую ЖЦ для нового изделия (рис. 1).

Рассчитываем функцию наилучшего соответствия согласно (11) для новой координатной оси Ot.

В соответствии с функцией наилучшего соответствия в выражения (9) и (10) подставляем прогнозируемые значения и корректируем их.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Проведение рыночных преобразований в промышленности России невозможно без учета соответствующего мирового опыта и тенденций международного разделения труда.

С концептуальных позиций заслуживает внимание опыт ЕС, где принят пятиуровневый подход построения промышленной политики, включающей в себя общеэкономический, отраслевой, технологический, региональный и межнациональный блоки. Все они переплетаются на практике.

Главным национальным приоритетом структурных преобразований промышленности в развитых странах последние два десятилетия является технологическая перестройка промышленности на основе развития ресурсосберегающих технологий для конкурентоспособности национальных экономик.

Структурной перестройке промышленности в развитых капиталистических странах предшествовал подготовительный период, в течение которого определялись подотрасли, предприятия и производства, подлежащие свертыванию в первую очередь. Они классифицировались как структурно-депрессивные. В частности, особое внимание уделялось свертыванию экологически вредных, трудоемких, ресурсоемких производств. Длительность подготовительного периода зависит от масштабов промышленного потенциала страны, его текущего состояния и глубины структурного кризиса.

Широкое распространение в развитых странах получило развертывание выпуска новой техники и оборудования на имеющихся производственных мощностях или после их частичной перегруппировки. Перегруппировка мощностей в основном осуществлялась в рамках слияния или поглощения фирм.

К приоритетным относятся базовые отрасли, производящие инвестиционные ресурсы.

Особо необходимо выделить мероприятия, направленные на стимулирование производства и поддержания спроса на нововведения. Любые технические новшества в силу более высокой цены могут иметь проблемы со сбытом. В мировой практике применяются различные скидки и гарантии, предоставляемые фирмой или государством для более успешного продвижения нововведений на рынке.

В формировании спроса на передовую технику и новейшее оборудование существенное место отводится государственной контрактной системе. Для этого формируют целевые госзаказы на производство нового оборудования для реконструкции перспективных предприятий. Для поддержания спроса на новую технику и технологии возможна частичная оплата государством части их стоимости при покупке для модернизации производства. Так, в США развитие парка станков с ЧПУ было полностью инициировано государством. Государство обеспечило

заказ на их разработку и производство, а также модернизацию на их основе производств. Эффект сказался и в смежных отраслях.

Успешное проведение структурных преобразований промышленности во многом зависит от уровня системы государственного регулирования. В промышленно развитых странах структурные преобразования регулируются с помощью бюджетной, кредитной, налоговой, торговой, патентной и научно-технической политики, федеральной контрактной системы, а также мер административного контроля. Используется широкий спектр экономических и юридических инструментов: прямые государственные капитальные вложения, целевое финансирование и субсидирование, предоставление льготных займов, заключение контрактов на разработку новой продукции и технологии, инвестиционные скидки, прямые государственные закупки высокотехнологического оборудования, система протекционизма, налоговые льготы, правила и нормы амортизации, комплексные целевые государственные программы.

В настоящее время есть основания говорить о становлении единой промышленной политики Европейского союза. Согласно концепции, выработанной к 1990 г., она нацеливается на общее приспособление к мировому рынку при сохранении определенных региональных различий. Предварительные параметры, предпосылки общеевропейской промышленной политики - сближение условий конкуренции в отдельных странах - членах ЕС, образовательного уровня, а также условий охраны окружающей среды. Факторами усиленного действия считается создание внутриевропейского рынка и защита с помощью торговой политики от неевропейских торговых партнеров. Фактором ускорения промышленной политики ЕС призвано стать стимулирование НИР, технологий, инноваций, системы образования мелких и средних предприятий, а также сферы предпринимательских услуг.

Существуют некоторые всеобщие проблемы осуществления современной политики, признаваемые наукой. Среди таковых: усиление роли внешне-экономических критериев; повышение политико-лоббистской активности предпринимателей, добывающихся особых протекционистских условий для своих секторов. Факт состоит также в том, что промышленную политику можно действительно проводить, только руководствуясь интересами развития крупных предприятий, тогда как предприятия малые, способны решить очень важные экономические и социальные задачи (достаточно сказать, что в индивидуальных странах запада они создают основную часть рабочих мест), оказываются под все более мощным налоговым прессом, способствующим слиянию компаний. Промышленная политика вступает в конфликт с конкурентной политикой.

Одной из линий обновления промышленной политики сегодня считается переход к "содействию производству по его местонахождению". В условиях интернационализации рынков хозяйственное развитие определенного региона или определенного государства следует рассматривать под углом зрения привлекательности местонахождения данного производства в сравнении с расположением других производств. Традиционно преимущественно конкретное местонахождение считаются наличие природного сырья, квалифицированной рабочей силы и производственных мощностей, низкий уровень заработной платы. Однако эти технологические факторы сегодня играют все меньшую роль. Скажем сырье можно импортировать по низким це-

нам; квалификация рабочей силы имеет все шансы быстро сойти на нет; производственные мощности также способны катастрофически устаревать; низкий уровень заработной платы имеет большое значение лишь при выпуске продукции массового спроса с помощью известных технологий.

Другими важными позициями, связанными с местоположением производства, являются инфраструктура (транспортная система и система коммуникаций), система образования и наука (школа, высшая школа, институты, занимающиеся фундаментальным исследованиями). Если они отвечают современным требованиям, то в состоянии послужить основой развития отраслей производства, способных устоять и в международной конкуренции. А значит, перечисленные объекты достойны активной поддержки в рамках государственной инвестиционной политики.

Существенный фактор, сопряженный с местоположением - наличие слоя предпринимателей, который, понятно, не может быть создан с помощью государственной экономической политики. Однако государство способно формировать предварительные предпосылки для развития предпринимательской активности и ее направления в цивилизованное русло.

Сегодня, по мнению западных ученых, качественная характеристика местонахождения производства в хозяйственном смысле определяется, прежде всего, следующими факторами: опытом научно-исследовательского потенциала; способностью к быстрому и по возможности одновременному на всех мировых рынках внедрению в производство новых продуктов (инновационная конкуренция); многообразием продукции; возможностями осуществлять поставки; наличием предприятий, связанных с производством услуг; тесными контактами между производителями с одной стороны и пользователями или потребителями с другой; отрегулированными отношениями между общественными группами (достижением баланса интересов между рабочими и руководством предприятий). Это значит, что качественная характеристика местонахождения производства в хозяйственном смысле все в меньшей степени связана с естественными факторами или вложенным капиталом и все в большей мере с "искусственно" созданными факторами, с общественными отношениями. При этом отмечается динамичность взаимоотношений между всеми факторами, сопряженными с местоположением производства. В самом благоприятном случае достигается позитивный "синергический эффект", когда различные факторы усиливают действие друг друга.

А.В. Балановская
*Самарская государственная
экономическая академия*

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Переход к рынку в России выдвинул новые требования к организации современного управления производством. В этих условиях определяющая роль в развитии и целевом функционировании системы управления отводится информационным процессам, эффективность которых

напрямую связана с совершенствованием информационного обеспечения управленческой деятельности. Информационное обеспечение определяет качество и оперативность принимаемых управленческих решений. Подготавливая экономическую информацию под "проблему", т.е. преобразуя поступающую на вход системы управления информацию микро- и макроуровней в экономическую (интегрированную) информацию, информационное обеспечение формирует основу для принятия управленческих решений.

На сегодняшний день анализ состояния информатизации управленческих процедур для предприятия является актуальным. При оценке неизбежно возникает проблема множественности показателей, или проблема полноты информационного потока как одного из критериев оценки уровня информационного обеспечения управления предприятием. Суть проблемы состоит в том, что оценка уровня информатизации должна осуществляться комплексно, с привлечением целого ряда показателей, образующих информационный поток. Причем для оценки уровня информационной обеспеченности различных по содержанию и назначению процедур управления с учетом различных требований к качеству информационного продукта должен использоваться свой набор показателей. В свою очередь, от количества показателей, используемых в системе оценки, зависит число факторов и параметров, участвующих в формировании значения этих показателей. Соответственно, растет объем информации (информационный поток), который характеризует состояние информатизации (степень обеспеченности информацией решаемых управленческих проблем). Пропорционально этому объему возникает определенность представления о процессах и состоянии информатизации. Но одновременно усложняется задача определения значений самих показателей, и особенно законов их определения, если эти величины случайные. Наряду с этим фактором существуют и отрицательные моменты, связанные с избыточностью или недостаточностью информационного потока, обеспечивающего информационные потребности, а также потерей информации. Избыточность информации, по классическому закону теории информации, значительно ухудшает ее качество и достоверность, но достигается этот эффект путем возрастания стоимости получаемой информации.

Недостаточность и потери информации существенным образом ухудшают потребительские свойства последней. В этой связи актуально решение вопроса об определении критерия оценки информационного потока, призванного обеспечить существующие информационные потребности.

Сложность и многофакторность формируемого информационного потока обуславливает необходимость разработки приемлемых для практического применения показателей оценки информационного потока. Отсутствие единого подхода к определению критериев вызвано тем, что открытым остается вопрос о количественном выражении критерия и соотношении показателей, участвующих в формировании информационного потока.

В идеальном случае такое соотношение определяется равновесием между входными (потребляемая информация - $I_{пт}$) и выходными показателями

(производимая информация - $I_{пр}$), или производством информации и ее потреблением ($I_{пр} = I_{пт}$). В действительности объем производства всегда превосходит объем потребления ($I_{пр} > I_{пт}$), или объем потребляемой информации равен созданной минус информационные потери:

$$I_{пр} = I_{пт} - I_{пот}.$$

Объем информационных потерь зависит от множества факторов, в том числе от объема созданной информации, информационных перегрузок ($I_{пер}$) и других переменных (P), что можно представить в виде следующей функции:

$$I_{пот} = F(I_{пр}, I_{пер}, P).$$

С технической точки зрения, информационные перегрузки зависят от возможностей информационной системы при обработке, передаче, хранении информации и ограничений в использовании информации, в частности, от степени доступности средств обработки и передачи, организации доступности информации массового пользования, коммуникационной политики и др. Информационные перегрузки появляются вследствие повторного создания, ввода и использования в каждом из смежных подразделений предприятия ранее подготовленной информации, а также вновь получаемой в результате машинной обработки. Фактическая оценка данного критерия является крайне важной при проведении общего анализа уровня информационного обеспечения,

По результатам практического исследования, уровень интеграции информационных управленческих потоков машиностроительных предприятий не превышает 30-35%. Такое низкое значение показателя свидетельствует о нерациональности использования информационных ресурсов, что проявляется в дублировании информации на различных уровнях управления и создании информационных перегрузок для пользователей. Низкий уровень интеграции информационных потоков является причиной снижения оперативности и достоверности получаемой информационной продукции, а это, прежде всего, отражается на качестве принимаемых управленческих решений.

В целом уровень информационных потерь ($R_{п}$) предлагается представлять в виде следующего равенства:

$$R_{п} = 1 - I_{пт} / I_{пр}.$$

На основе анализа процессов сбора, передачи, обработки и потребления информации можно утверждать следующее:

- качество создаваемой информации имеет тенденцию к более медленному росту, чем ее количество;
- чем больше создается информации, тем выше уровень информационных потерь;
- чем ниже качество информации, тем выше уровень информационных потерь;
- коэффициент информационных потерь тем выше, чем ниже уровень интеграции информационных потоков.

В условиях перехода машиностроительных предприятий к рыночным механизмам хозяйствования резко возрастают внутрипроизводственные и внешние информационные потоки. По данным специалистов, за последние 5 лет объем производственной информации увеличился вдвое, при этом темпы изменения инструментального оснащения про-

цессов переработки и производства информации на машиностроительных предприятиях значительно ниже (практически незначительны в сравнении с темпами увеличения информационных потоков). Как следствие, происходит снижение показателя уровня интеграции информационных потоков, а соответственно - дальнейшее возрастание коэффициента потерь. В результате руководители вынуждены принимать управленческие решения в условиях информационного дефицита.

Непосредственно оценка уровня информационного обеспечения пользователей базируется на использовании ряда методов, примененных самостоятельно или в совокупности. Можно выделить две основные группы методов определения информационной потребности.

Первую группу методов составляют так называемые прямые методы. Базируясь на анализе конкретных проблемных ситуаций, они определяют информацию, объективно необходимую для решения проблемы. В производственной системе объективной базой для выявления информационных потребностей становится множество инженерно-технических и экономических задач. Однако информационные потребности возникают не только в процессе решения инженерных, технических и экономических задач. Значительная доля информационной потребности порождается вследствие функционирования организационной системы и не учитывается данными методами.

Оптимальной, с точки зрения применения в производственных системах, для оценки качества информационного обеспечения является вторая группа методов. Они основаны на изучении субъективных оценок пользователей, анализа запросов и т. п. Указанные методы косвенным путем позволяют изучить устойчивые текущие информационные потребности пользователей, но требуют доработки системы показателей предметной области и процессов их использования. Для этого устанавливается перечень информационных показателей, отражающих качество информационного обеспечения процедур управления. В основе окончательного отбора и определения показателей оценки качества информационного обеспечения лежат два аспекта: определение цели (цели информационного обеспечения можно обозначить как своевременное предоставление релевантных данных для управления) и факторов успеха информационного обеспечения. В качестве показателей предлагаются такие: полнота использования информации (доля использованной информации, доля устаревшей информации); достоверность информации; соблюдение сроков предоставления информации (оперативность предоставления информации); уровень сжатия информации; доступность информации пользователям; удобство получения информации.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о необходимости достижения максимального значения положительных (полезных) свойств информационного обеспечения, определяющих необходимое качество. Обеспечение данного аспекта требует наличия научно-методических разработок и углубленного анализа информационных потребностей системы управления в каждой конкретной производственно-хозяйственной ситуации. Следует также обеспечить необходимые условия и предпосылки для практического достижения максимальных значений параметров тех свойств, которые полностью удовлетворяют

информационные потребности системы. Объективной потребностью является повышение существующего уровня качества информационного обеспечения системы управления. Это может быть достигнуто улучшением состава информационного обеспечения путем охвата большего числа направлений производственно-хозяйственной деятельности на базе полного учета информационных потребностей органов управления.

В.А.Бердников

*Филиал Самарской государственной
экономической академии, г. Тольятти*

И. В. Иванов

*Филиала "Тольяттинский"
"Газбанка"*

К ВОПРОСУ О ПРАКТИКЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Снижение объемов промышленной продукции в 2002 г. по сравнению с соответствующим периодом прошлого года в мегаполисе Тольятти было связано в основном с уменьшением выпуска продукции на конкретных предприятиях¹.

Факторно, с октября по декабрь месяц 2002 г., произошло резкое падение объемов производства в машиностроении и химической промышленности. Однако, отраслевая структура промышленности города за 2002 г. почти не изменилась. Заметно незначительное увеличение удельного веса отрасли машиностроения в общем объеме выпуска промышленной продукции (см. таблицу).

Предприятиями города Тольятти произведено 52,1% промышленной продукции Самарской области и около 2% Российской Федерации². Но в целом инвестиционная ситуация ухудшилась.

За период январь-декабрь 2002 года промышленными предприятиями города в результате хозяйственной деятельности получена прибыль в размере 8,2 млрд. руб., что примерно на 30% ниже соответствующего периода прошлого года.

В 2002 г. на инвестиции производственного назначения использовано 11650,5 млн.руб., или 79,6 % всех инвестиций в основной капитал. Однако продолжает беспокоить дебиторская задолженность промышленных предприятий, которая снизилась лишь на 5,6% и составила по про-

¹ Объем промышленной продукции за 2002 г. по крупным и средним промышленными предприятиями города в фактических ценах составил 124,4 млрд. руб., что составляет к соответствующему периоду 2001 г. 107 %. Физический объем производства к соответствующему периоду прошлого года составил 92,7%. Этот индекс меньше индекса прошлого года (108,6% - 2001г.), что и свидетельствует о замедлении темпов роста промышленного производства.

² Предприятиями отрасли произведено 85,7 % общего объема промышленной продукции города, в том числе 84,3 % городского объема промышленной продукции произвел ОАО "АВТОВАЗ".

мышленности 16,8 млрд. руб. Кредиторская задолженность увеличилась на 48,4% и составила 52,1 млрд. руб.

Отраслевая структура промышленности г. Тольятти за 2001-2002гг.

Отрасли	2001 г.	2002 г.
Электроэнергетика	0,80	1,08
Химическая и нефтехимическая	11,81	10,93
Машиностроение и металлообработка в том числе:	85,11	85,70
автомобильная промышленность	83,07	84,29
Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно - бумажная промышленность	0,1	0,06
Промышленность строительных материалов	0,39	0,49
Легкая промышленность	0,1	0,1
Пищевая промышленность	1,47	1,48
Полиграфическая	0,03	0,03
Прочие производства	0,05	0,05
Мукомольно - крупяная, комбикормовая про- мышленность	0,14	0,08

На 01.01 2003 года задолженность по заработной плате имели 5 промышленных предприятий города, сумма задолженности составила 35,5 млн. руб. Наибольшую задолженность по заработной плате имеют предприятия: ОАО "Фосфор" -13,3 млн. руб., ОАО "Волгоцемаш"- около 10 млн. руб. и ОАО "Трансформатор" - 9,7 млн. руб. В какой то мере это влияет на инвестиционный потенциал домашних хозяйств.

Численность занятых на крупных и средних промышленных предприятиях города за период январь-декабрь 2002 г. составила 173,8 тысяч человек. По сравнению с соответствующим периодом 2001 г. численность работающих с начала года увеличилась на 2,7 %. Из крупных промышленных предприятий по сравнению с соответствующим периодом прошлого года увеличилась численность работающих на ОАО "АВТОВАЗ" (на 2,0 %), ОАО, ЗАО "Куйбышевазот" (на 6,8%), ОАО "ТЗТО" (на 13,2 %), ЗАО "ЗБСК" (на 4,2%). Среднемесячная заработная плата в промышленности мегаполиса за 2002 года составляла 7478,3 руб., по сравнению с соответствующим периодом прошлого года уровень заработной платы увеличился на 28,5 %.

Наибольший объем инвестиций приходится на ОАО "АВТОВАЗ" - 6563,6 млн. руб., из них 5617,3 млн. руб. направлены на приобретение оборудования, 946,3 млн. руб. на строительство и реконструкцию зданий и сооружений производственного назначения.

На ЗАО "ДЖИ ЭМ АВТОВАЗ" в отчетном периоде освоено 2573,7 млн.руб. из них 1634,1 млн. руб. направлены на приобретение оборудования, 939,6 млн. руб. на строительство и реконструкцию зданий и сооружений производственного назначения .

¹ Максимальная мощность ЗАО "ДЖИ ЭМ АВТОВАЗ" составит 75 тыс. автомобилей в год.

На наш взгляд, период роста, основанный на благоприятных факторах посткризисного периода завершен. Внутренние факторы имеют ограниченное влияние.

? ...

А.В. Боярко
*Уфимский государственный
институт сервиса*

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГАЗОСЕРВИСНЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ**

Газовое хозяйство входит в число стратегически важных сфер экономики страны и призвано обеспечивать полноту и стабильность поставок энергоносителей, и приемлемость уровня цен на них для удовлетворения потребностей различных отраслей и населения в энергоресурсах. Доля газа в общем производстве и внутреннем потреблении энергетических ресурсов в стране составляет около 50 %. В связи с развитием газификации в городах и сельских районах приоритетным направлением использования природного газа является коммунально-бытовое его потребление, которое увеличивается из года в год.

Одним из крупнейших в России является газовое хозяйство Республики Башкортостан. Протяженность газопроводов составляет более 33 тысяч километров. За последние 10 лет количество газопроводов в республике увеличилось в 3,6 раза. Только в 2002 году за счет средств республиканского бюджета построено около 1200 км газопроводов. В республике реализуется программа по сплошной газификации населенных пунктов сетевым газом. За 2002 год количество газифицированных квартир увеличилось на 32226, продолжается работа по переводу жилья со сжиженного газа на сетевой.

Газообеспечением всех потребителей в Республике Башкортостан занимается ОАО "Газ-сервис" - мощная компания, в составе которой 20 филиалов. ОАО "Газ-сервис", входящее в единую систему газоснабжения страны, является в республике естественной монополией по транспортировке и реализации природного и сжиженного газа. В общем объеме доставки и продажи газа около 15 % приходится на реализацию его населению. При этом газоснабжение населения входит в число низко-рентабельных направлений деятельности по причине убыточности продажи сжиженного газа.

Наряду с основной деятельностью ОАО "Газ-сервис" продолжает развивать дополнительные и сопутствующие виды работ и услуг для населения, среди которых наиболее заметный удельный вес имеют: 1) услуги по техническому обслуживанию газовых плит; 2) услуги по монтажу внутридомового газового оборудования; 3) перевод автомобильного транспорта на сжиженный газ; 4) слесарно-механические работы. Прибыль от оказания дополнительных и сопутствующих услуг, входящих в категорию, так называемой "прочей деятельности", составила в 2002 году более 20 млн. руб. (рентабельность 8,6 %). Представляется целесообразным и дальше развивать это направление деятельности, которое в данное время сдерживается недостаточной маркетинговой про-

работкой различных аспектов жизнеспособности освоенных и новых видов услуг.

Одной из существенных экономических проблем газосервисных предприятий в нынешних условиях функционирования является устойчивый рост расходов на эксплуатацию имеющегося газового хозяйства (изношенных сетей, оборудования, техники) и вновь вводимых газопроводов и газифицированных домов. Это влечет за собой неизбежность роста розничных цен на природный газ для населения и тарифов на транспортировку газа для промышленных предприятий и социальных объектов.

Экономическая ситуация для газосервисных предприятий усугубляется еще и тем, что около 40 % населения получает сетевой и сжиженный газ по льготным ценам. И хотя доходы газораспределительных организаций должны финансироваться из средств федерального и местных бюджетов, это условие в большинстве случаев не соблюдается в требуемых объемах и по льготам постоянно сохраняется значительная задолженность бюджетов всех уровней. По сути дела названные расходы по льготам фактически несут предприятия газоснабжения.

В энергетической стратегии России на период до 2020 года обозначено, что одним из важнейших приоритетов является полное и надежное обеспечение населения и экономики страны энергоресурсами по доступным и, вместе с тем, стимулирующим энергосбережение ценам. Очевидно, что политика поддержания относительно низких цен на газ в перспективе может иметь следствием нарастание дефицита этого вида ресурса в результате слабых экономических предпосылок для инвестирования в его производство и опережающего роста спроса. Реформирование внутреннего рынка газа предполагает плавный, поступательный характер. При этом предусматривается поэтапное повышение цен на газ и переход к реализации газа по рыночным ценам для обеспечения самофинансирования субъектов рынка и объективной оценки потребительских свойств этого вида энергоресурса. Одновременно необходимо поведение активной социальной политики, целью которой стала бы минимизация негативных последствий повышения цен на энергоносители для социально незащищенных групп населения.

Для повышения экономической эффективности жизнедеятельности газосервисных компаний в современных условиях хозяйствования требуется комплекс взаимосвязанных мер, включающих прежде всего:

- снижение различных видов непроизводительных затрат;
- повышение качества управленческих решений (в том числе путем совершенствования организационной структуры управления, оптимизации управленческих функций, управленческого анализа и учета);
- организацию и активизацию маркетинговой деятельности;
- освоение и внедрение новых видов услуг для населения;
- улучшение ценообразования и гибкое применение тарифов;
- расширение инновационно-инвестиционной деятельности.

Государственное регулирование в сфере газоснабжения должно предусматривать, что главным средством решения актуальных экономических задач предприятий является формирование цивилизованного энергетического рынка и недискриминационных хозяйственных отно-

шений его субъектов между собой и с государством (федеральными, региональными и муниципальными структурами).

А.В. Бурдин

*Самарская государственная
экономическая академия*

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Эффективное функционирование современного промышленного предприятия возможно лишь при определенной системе управления, призванной в данных конкретных условиях производства способствовать выпуску высококачественной конкурентоспособной продукции при оптимальных затратах, что в немалой степени зависит от согласованности экономических интересов производителя и потребителя-заказчика. При этом основной задачей управления является осуществление целенаправленного воздействия на производство, с целью обеспечения выпуска качественной, конкурентоспособной продукции в определенное время, в необходимом количестве в нужном ассортименте с минимальными затратами. Измерителями результативности служат совокупность показателей, отражающих степень достижения конечных финансовых целей предприятия в области производственно-хозяйственной деятельности.

В сложившихся условиях наиболее всеобъемлющей задачей предприятия как системы является обеспечение выживаемости. Выживаемость предприятий в рыночной среде зависит от конкурентоспособности товарной политики, и выпуска соответствующей продукции, что подразумевает ее конкурентное качество, конкурентные цены, конкурентные потребительские свойства. Конкурентоспособность продукции выступает как видимая для окружающих категория, надводная часть более фундаментальной, но не видимой для окружающих категории - конкурентоспособного производства. Конкурентоспособное производство создает конкурентоспособный продукт.

Рыночная экономика, международная конкуренция заставляют предприятия по-новому пересматривать весь комплекс вопросов управления своими подразделениями, ответственными за выпуск товаров и предоставление услуг, подтягивать их до уровня производства мирового класса.

Промышленное предприятие в рыночной среде безусловно стремиться к получению прибыли. Прибыль как цель деятельности предприятия конституционна для отечественных предприятий рядом законодательных актов (Закон РСФСР о предприятиях и предпринимательской деятельности, и закон РФ о несостоятельности (банкротстве) предприятий). Прибыль достигается через производство и реализацию нужных для общества товаров и услуг. Прибыль свидетельствует, что внешняя

Среда подтверждает или не подтверждает реальную ценность производимых предприятием товаров и услуг. Следовательно подтверждается или не подтверждается соответствие производства рыночной среде.

Создание конкурентоспособного производства служит предпосылкой для получения прибыли, обеспечивает выживаемость предприятия и рассматривается как одна из глобальных стратегических задач.

В мировой экономике намечается переориентация производственных систем от принципа стратегии сбыта к производству мирового класса. Различные авторы к концепции производства мирового класса относят следующие характерные черты:

- устранение причин, обуславливающих необходимость уделять первоочередное внимание учету;
- устранение причин, обуславливающих наличие проблемы качества продукции;
- повышение гибкости производства;
- постоянный поиск путей совершенствования методов управления производством, повышение его гибкости и оперативности, снижение основных видов издержек, экономия ресурсов;
- технологические изменения и отношения партнерства между поставщиками и потребителями;
- внедрение интегрированных автоматизированных производственных систем (СІМ), являющихся в свою очередь одним из главных стратегических средств поднятия конкурентоспособности путем ускорения производства, повышения его гибкости, использование преимуществ средств информационных технологий, сокращения затрат, повышения рентабельности.
- короткий производственный цикл, низкие запасы и небольшое незавершенное производство, работа малыми партиями, небольшое время наладку станков.
- уменьшение длины материальных потоков деталей и узлов;
- повышение квалификации персонала, широкомасштабная переподготовка кадров всех уровней;
- выявление и концентрация усилий на наиболее узких местах.

Использование системных особенностей товарной политики предприятия - взаимодействие, взаимозаменяемость и взаимодополнение его элементов, достижение сбалансированного и пропорционального соотношения между ними, а также гибкость, способность к восприятию НТП и быстрая адаптация к новым условиям производства, управляемость, результативность и конкурентоспособность - открывает возможность создания хозяйственной системы, отличающейся максимально эффективной производительностью. Системный подход к предприятию, что особенно важно в современных условиях, позволяет сформировать такую структуру производства, которая бы четко реагировала на изменение внешних объективных условий, характеризовалась наивысшей

гибкостью по отношению к требованиям рынка и изменяющимся параметрам сырьевых ресурсов.

И.А. Буряк
Самарская государственная
экономическая академия

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

В последние годы, в условиях реорганизации общества появился целый комплекс проблем, нуждающихся в глубоком и всеобъемлющем изучении и переосмыслении. Это, в частности, проблемы связанные с изменениями социально-экономических отношений в сфере труда, проблемы занятости населения и эффективности их использования. Произошли существенные изменения в уровне и структуре занятости сельского населения. Появились новые тенденции на рынке труда: трудоизбыточность, текучесть кадров, безработица и ее разновидности, что усугубило кризисную ситуацию в сельском хозяйстве. В сфере занятости возникают противоречивые явления, не всегда адекватные требованиям рыночной экономики.

Процесс формирования трудового потенциала сельскохозяйственных предприятий самым непосредственным образом влияет на уровень и эффективность его использования.

Структурное формирование рабочей силы определяется не только объемами производства, но и уровнем годовой занятости работника. В сельскохозяйственных предприятиях Самарской области трудовая активность работников в 2002 году снизилась на 9% к уровню 1991 года и на 4,9% к уровню 1995 года. То есть каждым занятым было отработано на 26 и 13 дней меньше уровня сравниваемых лет. Средняя годовая занятость работника сельскохозяйственных предприятий в 2002 году составила 252 дня, однако показатель имеет значительные колебания по зонам области (см. таблицу).

Анализ группировочных данных, проведенных по сельскохозяйственным предприятиям Самарской области показывает, что в настоящее время в 66% предприятий работники обрабатывали более 250 дней, в 23% - от 200 до 250 дней.

**Группировка предприятий по уровню годовой занятости работников
в 2000 году (дней на 1 раб.)**

Отработано одним трудоспособным, дней	Северная зона		Центральная зона		Южная зона		Итого	
	ед.	% к итогу	ед.	% к итогу	ед.	% к итогу	ед.	% к итогу
До 200	17	10,2	13	5,8			30	6,2
201-250	58	25,8	51	22,7			109	22,5
251-280	91	54,8	150	66,9	77	82,7	318	65,8

Более 280			10	4,4	16	17,2	26	5,3
Итого	166	100	224	100	93	100	483	100

Наиболее полно трудовые ресурсы используются в южной зоне, работниками обрабатывается на 2-3% больше возможного фонда времени, что связано главным образом, с низким уровнем обеспеченности трудовыми ресурсами. Однако имеются предприятия в которых занятость составляет менее 250 дней, что значительно ниже нормативного фонда времени. В основном эти предприятия сосредоточены в северной зоне области, которая отличается высокой обеспеченностью трудовыми ресурсами (коэффициент обеспеченности составляет более 1,3). В хозяйствах этой зоны наблюдается и самый высокий уровень скрытой безработицы (так, нагрузка на 1 доярку составляет 16 голов коров при среднеобластном значении показателя 20 голов; нагрузка на 1 скотника - 22 головы при норме 75 голов).

Существенное влияние на использование трудовых ресурсов оказывает специализация, поскольку она во многом определяет распределение труда по отраслям производства.

Трансформация сельскохозяйственного производства привела к структурным изменениям на рынке рабочей силы в пользу отрасли зернового производства, где доля используемого живого труда возросла до 54%, при сокращении ее в отрасли кормопроизводства и производства технических культур. Углубление специализации на зерновом производстве усугубляет сезонность использования трудовых ресурсов и приводит к неполной занятости работников.

Сокращение поголовья всех видов животных в общественном секторе, привело к снижению уровня занятости в этой отрасли на 35%. Хотя доминирующее положение в данном секторе остается за скотоводством. В силу указанных обстоятельств в предприятиях центральной и южной зон для смягчения сезонности труда следует развивать скотоводство в качестве дополнительных отраслей. Это позволит повысить общий уровень занятости трудовых ресурсов села и обеспечить жителей области собственными продуктами животноводства.

Перераспределение затрат труда происходит не только в отраслях сельскохозяйственного производства, но и по сельскому хозяйству в целом. По сравнению с уровнем 1995 года общее сокращение затрат живого труда составило 106,1 млн.чел.час или 41%. Наибольшее высвобождение живого труда произошло в капитальном строительстве, что объясняется снижением технической оснащенности, обеспеченности хозяйств постройками, ухудшением финансового положения предприятий за 1995-2002 годы. Именно развитие промышленных производств и капитального строительства является важной стороной хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий, доказывающей возможность и необходимость сочетания сельского и промышленного производства в самом предприятии. На 62% снизились трудовые затраты на реализацию продукции. Это в первую очередь говорит о том, что развитие рынка товаров идет не цивилизованным путем, минуя рыночные структуры. А ведь в условиях рынка сельскохозяйственные предприятия также как и все рыночные агенты должны заботиться о сбыте продукции, что предусматривает иметь в наличии штат работников по маркетингу, открывать собст-

венные или сотрудничать с торговыми организациями не только на территории хозяйств, но и за его пределами. Изучение опыта некоторых хозяйств области показало, что рациональное сочетание отраслей производства в предприятии, включая подсобные отрасли и отрасли переработки позволяет лучше использовать годовой запас труда работников и значительно повышать его производительность.

М.А. Вахтина

Мэрия г. Тольятти

В.А. Бердников

*Самарская государственная
экономическая академия*

О ПРИОРИТЕТАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Ни у кого, пожалуй, не вызывает сомнения тот факт, что относительная стабилизация российской экономики, имевшая место в последние годы, связана прежде всего с высокими мировыми ценами на энергоносители и с дефолтным эффектом. Эти факторы не могли и не могут обеспечить стабильное развитие экономики на перспективу, не порождают внутренних источников экономического роста.

Когда мы говорим о содержании промышленной политики, это, прежде всего, касается роли государства в этом процессе. По мнению разработчиков реформаторского проекта торгово-промышленной палаты РФ "О государственной промышленной политике России: проблемы формирования и реализации", (См.: Как сформировать и реализовать государственную промышленную политику? // Российский экономический журнал, 2003.-№7.-С.3-8), развернутого концептуального обоснования государственной промышленной политики, включающего характеристику механизма ее реализации, в России пока не было. Документы, подготовленные в Министерстве экономического развития и торговли РФ, в частности, долгосрочная и среднесрочная программы развития экономики страны, категории "промышленная политика" не содержат.

Государственная промышленная политика может строиться на поддержке отдельных отраслей и предприятий, которые выполняют роль форватеров развития экономики. Такая политика может иметь как лоббистов, так и открытых сторонников. Но в таком случае государственная машина будет работать односторонне, в рамках только отдельных интересов и, в конечном итоге, неэффективно.

Другой подход, заключающийся в целостной системе законодательных, административных, финансово-экономических государственных решений, комплексных мер и действий по управлению промышленным комплексом, представляется более продуктивным. Этот комплекс мер может быть направлен как на решение неотложных проблем, так и на создание внутренних долгосрочных стимулов экономического роста.

Немаловажным в этом плане является и то, что все меры промышленной политики государства должны быть тесно связаны с решением

социальных вопросов сегодняшнего дня и в будущем. Возьмем, к примеру, военную отрасль, выполняющую в СССР важнейшую роль в развитии научно-технического прогресса. Демагогические разглагольствования российских правящих кругов в 90-е годы об антигуманном характере военного производства, привели к резкому сокращению оборонных заказов без какой-либо подготовки. Это привело к безработице, быстрой утечке мозгов и подрыву базы научных разработок. И это вместо того, чтобы постепенно повернуть отрасль к нуждам научно-технического прогресса.

Промышленная политика должна быть направлена на достижение определенных целей. Если мы принимаем во внимание то, что внятной государственной промышленной политики в последние годы в стране не было, то, следовательно, целей изначально не задавалось. Инерционное развитие российской промышленности и центробежные тенденции привели экономику к сегодняшнему состоянию. Поэтому постановка целей промышленной политики, нахождение механизмов их достижения является тем необходимым инструментом, без которого нельзя обойтись.

Вполне можно утверждать, что наличие определенной государственной промышленной политики - это свидетельство сильного государства, которое не утратило инструментов управления обществом. Кроме того, только при наличии механизмов выработки решений можно приходиться к согласованным действиям, выработать приоритеты и следовать им.

Можно согласиться с тем, что один из приоритетов в современной государственной промышленной политике должен быть отдан инновационной составляющей, способствующей насыщению отечественного рынка конкурентоспособной продукцией. При этом представляется верным мнение, что в силу специфики российских условий, в частности климатических, транспортных издержек, целесообразно исходить из принципа относительности, а не абсолютности критерия конкурентоспособности. То есть конкурентоспособность не всех российских производств нужно рассматривать с точки зрения условий мирового рынка, некоторые производства должны сравниваться с отечественными производителями.

Следующим приоритетом промышленной политики может стать ориентация структурной перестройки на развитие высокотехнологичных наукоемких производств, развитие материальной базы науки, образования, культуры, импортозамещающих производств. Ясно, что интересы отдельных предприятий и государства не всегда совпадают, а часто бывают разнонаправленными. Если мы говорим о государственной промышленной политике, то это предполагает, так или иначе, приоритет государства. Это не исключает партнерских отношений с предприятиями, согласование и гармонизацию интересов. Если возникнет такое положение, когда корпорации-монополии станут сильнее государства, то страна не будет иметь единой государственной промышленной политики. Напротив, государственная машина будет использоваться в интересах отдельных монополистов. Пути гармонизации интересов нужно постоянно искать. В такой стране как США, например, удалось во многом гармонизировать интересы крупных корпораций и государства за счет федеральной контрактной системы.

Говоря об интеграционных процессах в промышленности, также нельзя уйти от приоритетов: на кого ориентироваться в промышленном производстве, какие альянсы наиболее выгодны для страны с точки зре-

ния как чисто экономического эффекта, так и социального. Представляется, что ориентация на страны СНГ более оправдана.

Важнейшим условием успешной промышленной политики является инвестиционное обеспечение структурно-инновационных преобразований. В этой связи эффективная государственная налоговая и кредитная политика может сделать многое. Введение в хозяйственный оборот таких источников денежных средств как сбережения населения, рентные платежи естественных монополий могут значительно увеличить общий объем потенциальных и реальных инвестиций.

При этом законодательная деятельность остается ведущим инструментом государственной промышленной политики. Принятие и исполнение соответствующих законов - это обязательное условие практических действий государства в промышленности и экономике в целом.

Весомой составляющей государственной промышленной политики может стать государственный сектор экономики. В него могут включаться те отрасли экономики и народнохозяйственные сферы, которые имеют особое стратегическое или общенациональное значение (ТЭК, транспорт, связь, научно-технические комплексы, авиакосмическая промышленность и т.п.), а также отрасли и сферы, играющие ключевую социальную роль (сельское хозяйство, здравоохранение, образование, охрана окружающей среды). В настоящее время усиление хозяйственной роли государства - ведущая тенденция большинства развитых стран. При этом не обязательно, что государство владеет только материально-вещественными факторами. Это могут быть финансовые и другие виды ресурсов, прежде всего природные. Как подчеркивают авторы книги "США: Федеральная контрактная система и экономика", усиление государственной машины США основывается на постоянно растущей финансовой мощи федерального бюджета, 1/3 национального земельного фонда, газораспределительной сети, транспортных магистралей, аэродромах, национальных парках и др. (Федорович В.А. США: Федеральная контрактная система и экономика. Механизм регулирования / В.А. Федорович и др.; Институт США и Канады. - М.: Наука, 2002. - С. 122-123).

Бюджетные ресурсы являются важнейшим источником государственных заказов и важнейшим рычагом государственного управления. Сюда же входят государственные расходы на социальную среду, вложения в человека, бюджетные гарантии частному, смешанному или государственному секторам, льготы, и, наконец, организация, программирование и управление федеральным бюджетом в целом.

Вот некоторые факты о США, подтверждающие, что федеральное правительство - самый крупный в мире предприниматель. Государственная хозяйственная деятельность в ВВП США превышает 22-25%, а в национальном доходе - 35-45%. Государственные заказы ежегодно достигают 1,5-1,7 трлн. долл., или 20% совокупного портфеля заказов промышленности. В выполнении государственных заказов казны прямо или косвенно ежегодно занято 15-17% населения США (См.: там же. - С.96). Государственные расходы на НИОКР прирастали с конца 70-х гг. среднегодовым темпом на 5,23% (См.: там же. - С. 404).

Государственная стратегия постреформенной России, к сожалению, оказалась иной. Последний пакет законодательных актов о реформировании электроэнергетического и железнодорожного комплексов в направ-

лении их приватизационного раздробления, развал авиапрома не способствуют утверждению в России современного ядра экономики.

Отсутствие в нашей стране выраженной промышленной политики, направленной на укрепление национальной экономики, подрывает так же позиции России на мировом рынке и в мире в целом. При этом открытие рынка для "сильных мира сего" направляет движение финансов страны в нужных только определенным лицам направлениях.

Еще раз подчеркнем важнейший связующий момент в экономической системе: выработка целей государственной промышленной политики и ее реализация не может не проводиться в тесном взаимодействии с хозяйствующими субъектами - предприятиями. В настоящее время на российском товарном, финансовом и других рынках господствуют 18-20 крупнейших компаний, защищающих свои интересы и подавляющих малый и средний бизнес. На первый взгляд неплохо - потенциальных партнеров немного, но есть и другая сторона - с ними сложнее договариваться на равных.

И второе, социальная направленность при проведении промышленной политики - забота не только государства, но и самих предприятий. К сожалению, большинство российских менеджеров, как считают специалисты (А. Орлов. - Развитие экономики зависит от человеческого фактора // Экономист, 2002. - №12.- С.51-56), - это люди, относящиеся к рабочей силе по старинке, как к средству производства, причем, самому дешевому. Зачем удивляться при этом, что в России не растет производительность труда, что платежеспособный спрос не стал решающим фактором экономического и социального прогресса. Если на первом этапе приватизации и акционирования трудовые коллективы предприятий сохранили за собой примерно 25% акций, то при последующих переделах собственности эта доля сократилась в несколько раз. Миноритарные акционеры ныне практически отстранены от управления предприятиями и часто оказались беззащитными от произвола новых хозяев. Это, безусловно, отражается на мотивации работников и, соответственно, на экономике страны в целом.

В.Я. Вишневер

*Самарская государственная
экономическая академия*

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ОГРАНИЧИТЕЛЬНОЙ ДЕЛОВОЙ ПРАКТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях современной экономики конкуренция испытывает постоянную потенциальную угрозу давления со стороны крупных компаний. Это давление, реализуемое в форме ограничительной деловой практики (ОДП), способно серьезно ослабить конкуренцию и установить господство монополий на рынке.

Под ограничительной деловой практикой в международном экономическом лексиконе понимается совокупность приемов монопольного давления на партнеров и потребителей, применяемая на основе ограничения

конкуренции в целях захвата, удержания и реализации господствующего положения на рынке. Среди видов современной ограничительной деловой практики предприятий наиболее значительными с точки зрения масштабов применения и оказываемых последствий для конкуренции являются следующие: картельные соглашения между самостоятельными предприятиями; злоупотребление доминирующим положением на рынке; монополизация рынков посредством слияний и поглощений.

При всем многообразии видов соглашений между предприятиями в современной экономической литературе они подразделяются на два основных типа: горизонтальные и вертикальные соглашения.

Горизонтальные соглашения, представляющие собой сговор конкурирующих фирм одной отрасли, являются наиболее опасным способом картельной практики. Предметом таких соглашений выступают, как правило, фиксация цен, ограничение объемов производства, раздел рынков и пр. Последствия таких соглашений отрицательно сказываются на экономическом развитии, приводя к росту цен, ограничению производства и сдерживанию инноваций.

Картельные горизонтальные соглашения как форма ограничительной деловой практики, осуществляемой предприятиями на групповой основе, представляют собой негласный сговор между юридически независимыми предприятиями (как правило - конкурентами) с целью получения монопольной прибыли посредством устранения или ограничения конкуренции на рынке.

Со второй половины XX века картельная практика стала рассматриваться в большинстве западных стран как нежелательный элемент, противодействующий эффективному развитию экономики. Такой подход основывался на осознании опасности деятельности картелей, стремящихся допнуть прибыль посредством захвата положения на рынке и ограничения конкуренции.

С середины 60-х годов XX века традиционные картели начинают утрачивать свою роль. В основе этого процесса лежали как объективные, так и субъективные причины. По мере углубления процесса концентрации производства и централизации капитала картели начали уступать место многоотраслевым концернам, превратившимся со временем в ведущую форму промышленных монополий. Помимо указанных объективных факторов, присутствовали и субъективные причины стагнации и постепенного исчезновения традиционного картеля. Принятие во многих странах антикартельных правил явилось важным сдерживающим фактором на пути роста картельных соглашений. Компании, во избежание контроля со стороны властей все чаще прибегали к другим, пока еще не запрещенным формам монополизации рынков или осуществляли свои соглашения тайно, придавая им скрытый характер.

Снижение числа "явных" картелей не означало однако, отмирания процесса картелизации как такового. Утратив свое традиционное значение, "классические" картели не исчезли бесследно, а перевоплотились в картельные соглашения нового, скрытого типа. Эти картели получили на современном этапе широкое, повсеместное распространение, став одной из наиболее активно применяемых форм ограничительной деловой практики.

Современная картельная деятельность предприятий приобрела новые черты, существенно отличающие ее от деятельности "ранних" картелей. Говоря об этих различиях, прежде всего, следует отметить решающую роль, которую приобрели транснациональные корпорации в осуществлении картельной практики. Используя свою гигантскую мощь и глобальный характер производственно-сбытовой базы, ТНК активно прибегают к методам ограничительной деловой практики, придавая ей интернациональные черты.

Различной является и сфера деятельности: если ранние картели формировались в основном на рынке сырья и полуфабрикатов, то в настоящее время картельные соглашения заключаются между предприятиями по всей отраслевой шкале - начиная от сырьевой области и кончая высоконучной продукцией, патентами и лицензиями. При этом именно в сферах, определяющих научно-технический прогресс, картельная практика приобретает в последние годы все более широкий характер.

Существенным отличием является также преимущественно тайный характер современных картельных соглашений по сравнению с юридически оформленной регистрацией и деятельностью ранних картелей. В настоящее время уже невозможно определить численность картелей. Проблема их идентификации усложняется еще тем, что картелизация ряда рынков производится нелегально на базе легально функционирующих структур - под вывеской различных международных ассоциаций, научно-исследовательских центров, бюро по стандартизации и пр.

Под влиянием меняющейся экономической ситуации изменялись и формы картельных соглашений. Наряду с традиционными картелями (ценовые, квотовые, сбытовые) все более широкое распространение получали новые виды картельных соглашений, имеющие скрытый, замаскированный характер. Так, одним из наиболее "популярных" видов картельных соглашений на современном этапе являются так называемые "условные картели", участники которых договариваются о единой политике не только в отношении цен, но и других условий продаж - методов платежа, размеров предоставляемых скидок и пр. "Условные" картели создают существенные проблемы с точки зрения контроля за соблюдением правил конкуренции: соглашения подобного типа, как правило, трудно идентифицировать, к тому же они могут быть отнесены к ограничительной деловой практике лишь в случае доказуемости дискриминации третьих лиц. В настоящее время в большинстве стран законодательно разрешена деятельность лишь экспортных картелей.

Сравнительно новым явлением в картельной практике являются "информационные" картели, члены которых обязуются сообщать в определенный пункт данные о своих торговых оборотах, заказах, ценах предложений, сделок и пр. Получаемые таким образом сведения систематизируются и являются открытыми для всех членов картеля. Посредством таких информационных систем продавцы получают возможность быстро реагировать на меняющуюся ситуацию на рынке и эффективно противостоять внешней конкуренции. Функционирование информационных картелей может иметь те же последствия, что и ценовых картелей: нередко информация о ценах, предоставляемая "лидером" картеля, является сигналом для соответствующего фиксирования цен остальными участниками. Создавая возможность

для коллективных, целенаправленных действий предприятий, информационные картели одновременно создают дискриминационные условия для аутсайдеров, лишая их доступа к подобной информации.

К современным методам картельной практики относятся и целенаправленные групповые акции против аутсайдеров. Такие акции могут носить превентивный или картельный характер, и часто основываются на централизованном согласовании списка аутсайдеров, подлежащих соответственно подавлению или принуждению к сотрудничеству с картелем.

Наиболее распространенной формой картельных соглашений является согласованное установление цен. Это могут быть соглашения о фиксированных ценах, о формах расчета цен, об обмене ценовой информацией.

Другой формой горизонтальных соглашений являются соглашения о распределении рынков или покупателей, которые предусматривают соответствующий раздел между конкретными предприятиями-участниками картеля. Такие договоренности направлены, в частности, на укрепление или сохранение сложившегося на рынке положения. Соглашения о разделе рынков могут основываться не только на делении территорий или покупателей, но и на количественных квотах. Такие ограничения часто применяются в секторах, где имеются излишки мощностей, или если преследуется цель повышения цен. В рамках таких соглашений предприятия обычно соглашаются ограничивать поставки продаж определенной квотой. Чтобы обеспечить эти договоренности зачастую создаются пулы, при этом предприятия-участники, продающие товар сверх установленной квоты, должны через пул выплачивать установленную компенсацию предприятиям, не выбравшим свою квоту.

Сговор на торгах является еще одной формой картельного соглашения. Сговор на торгах по своему характеру является антиконкурентной практикой, так как противоречит самому смыслу проведения торгов, состоящему в возможности получить товары или услуги по наиболее выгодным ценам и условиям. Сговор на торгах может иметь различные формы, а именно: соглашение о предоставлении идентичных заявок, соглашение о добровольном завышении или занижении заявки, об общих правилах расчета цен, о заблаговременном определении победителя. Такие соглашения могут предусматривать выплату компенсации участникам торга, заявки которых не прошли.

Злоупотребления со стороны компаний, занимающих доминирующее (или монопольное) положение на рынке, также относятся к числу основных видов деловой практики, ограничивающей конкуренцию. Доминирующее положение на рынке означает такую ситуацию, когда какое-либо предприятие, действующее либо самостоятельно, либо совместно с несколькими другими предприятиями, обладает возможностью контролировать соответствующий рынок конкретного товара или услуги, либо группы товаров или услуг.

Доминирующее положение на рынке подразумевает определенную степень фактического или потенциального контроля рынка со стороны предприятия или группы предприятий, действующих сообща и представляющих собой хозяйственную единицу. При определении доминирующего положения должна тщательно учитываться возможность повышения пред-

приятием цен свыше конкурентного уровня (или их снижение ниже этого уровня) в течение продолжительного периода времени.

Важно отметить, что само по себе доминирующее или монопольное положение компании не является чем-то предосудительным - ограничения конкуренции возникают лишь вследствие злоупотреблений таким положением.

Злоупотребления доминирующим положением проявляются чаще всего в форме установления (прямо или косвенно) монопольных цен, несправедливых условий коммерческих сделок, ограничения производства, сбыта, технического развития, дискриминации партнеров, навязывания контрагентам дополнительных условий сделок.

Как показывает практика, из указанных форм злоупотреблений наиболее часто применимой является установление монопольно низких цен в виде так называемой "хищнической ценовой дискриминации". Предприятия используют такую практику для устранения конкурентов с рынка в целях сохранения или укрепления своего господствующего положения. Суть этой политики состоит в том, что компании, занимающие доминирующее положение на рынке, целенаправленно снижают на определенный период времени цены на свою продукцию, вынуждая конкурентов покинуть рынок и не позволяя аутсайдерам укрепиться на нем. При этом как монополист, так и его жертва несут значительные убытки, которые монополист компенсирует впоследствии за счет дополнительной прибыли, получаемой от установления монопольно высоких цен.

Чем шире диверсификация деятельности предприятия с точки зрения товаров и рынков и чем больше финансовыми ресурсами оно располагает, тем шире его возможности для осуществления хищнического поведения.

С хищническим установлением цен тесно связана и практика установления дискриминационных (то есть неоправданно дифференцированных) цен или условий сделок. Такая практика может осуществляться в форме скидок на крупные партии, "системы премий" и пр. Одним из наиболее часто практикуемых способов дискриминации является также предоставление крупными компаниями своим торговым агентам так называемых "эксклюзивных скидок". Условием получения таких скидок выступает обязательство агентов покрывать большую часть или даже все свои потребности в определенном товаре путем закупок у компании-монополиста. Вполне понятно, что такие действия затрудняющие функционирование на рынке других хозяйствующих субъектов, нарушают свободное развитие конкуренции.

Другим практикуемым видом злоупотреблений является установление цен, по которым проданные товары могут перепродаваться. Установление цен перепродажи товаров, практикуемое обычно производителем или оптовиком, получило название поддержания перепродажных цен.

Злоупотребление доминирующим положением может также осуществляться в форме частичного или полного отказа вести дела на обычных коммерческих условиях. Такие методы часто используются доминирующей компанией для обеспечения другой практики, например, поддержания цен на перепродажу. Однако сам по себе отказ вести дела не является антиконкурентным действием, и фирмы должны иметь свободу экономических действий.

Другим способом хищнического поведения компаний-монополистов являются действия, направленные на искусственное увеличение издержек производства у своих конкурентов. Это может быть достигнуто путем спровоцированных мер государственного регулирования, например, установления различных пошлин на импортируемую конкурентами продукцию, вмешательство инспекций по вопросам здоровья, строительства и пр.

Монополизация рынков, осуществляемая компаниями посредством экономической концентрации (в первую очередь, в форме слияний и поглощений), способна приводить при определенных условиях к ослаблению конкуренции и тормозить развитие свободных рыночных отношений.

Картельная практика и концентрация производства, выступающие как основные современные способы монополизации рынков, ограничивающие конкуренцию, имеют ряд принципиальных различий. В первую очередь, это касается организационной формы взаимодействия предприятий: если в первом случае влияние на рынок осуществляется посредством скоординированных действия юридически самостоятельных предприятий, то во втором - посредством объединения ранее независимых предприятий в единое экономическое (а в случае слияний - и в единое юридическое) целое. Важное значение имеет сам характер взаимодействия предприятий - в отличие от преимущественно тайных соглашений о картельной практике, действия по концентрации производства и капитала носят открытый характер и подлежат, как правило, официальной регистрации.

Экономическая концентрация осуществляется, главным образом, путем слияний, приобретений, создания совместных предприятий и других мер приобретения контроля, таких как совместное руководство.

Основным способом концентрации производства и капитала - как на национальном, так и на международном уровне - выступают в настоящее время слияния и приобретения основной доли капитала компаний. Менее распространенными способами концентрации производства являются приобретение миноритарного участия в акционерном капитале других компаний и формирование совместных предприятий.

Слияния путем поглощения происходит в случае, когда одна или несколько компаний прекращают свое существование, не ликвидируясь, и передает свои активы и пассивы другой (поглощающей) компании. Слияние путем образования новой компании предполагает прекращение существования нескольких компаний без ликвидации и передачу ими своих активов и пассивов создаваемой ими новой компании в обмен на ее акции.

Все указанные виды приобретения контроля в некоторых случаях могут приводить к экономической концентрации, которая может иметь горизонтальный (например, в случае приобретения конкурента), вертикальный (например, в случае приобретения предприятия, находящегося на другом этапе процесса производства и распределения) или конгломеративный характер (при объединении различных видов деятельности).

В отличие от таких действий предприятий, как картельная практика и злоупотребления доминирующим положением на рынке, имеющих однозначно отрицательное воздействие на конкуренцию, слияния могут иметь различные последствия для рыночной конкуренции. В современных условиях глобализации экономических отношений большинство слияний и поглощений являются экономически оправданными и мотивируются целями

лучшей эксплуатации эффекта масштаба, доступа на новые рынки, усиления мощи перед лицом иностранной конкуренции.

Однако наряду с экономически целесообразными слияниями и поглощениями, не нарушающими эффективную конкуренцию на рынке, компании зачастую стремятся к экономической интеграции с целью ограничения или устранения конкуренции на рынке.

Особенно опасной может быть горизонтальное приобретение контроля, которое оказывает влияние на экономическую концентрацию, ослабляя или устраняя конкуренцию на рынке, особенно когда речь идет о крупномасштабной концентрации, когда объединяются несколько крупных компаний-конкурентов. В результате таких операций компании вполне могут в дальнейшем прибегнуть к злоупотреблению своим доминирующим (или монопольным) положением на рынке, что будет иметь негативные последствия для потребителей и экономики в целом. Горизонтальное приобретение контроля, даже между небольшими предприятиями, может создать условия, способствующие дальнейшей концентрации экономического влияния и олигополии. Исходя из этих соображений антимонопольные органы многих стран запрещают слияния и приобретения, приводящие к ограничениям конкуренции или к достижению (укреплению) монопольного положения на рынке объединяющихся компаний.

Вертикальное приобретение контроля затрагивает предприятия, находящиеся на различных этапах производства и распределения, и может быть связано с рядом негативных последствий. Так, предприятие-поставщик, которое сливается с предприятием-покупателем или присоединяет его, может расширить свой контроль рынка, перекрыв реально существующий или потенциальный канал сбыта товаров для своих конкурентов. Путем приобретения поставщика потребитель может таким же образом ограничить доступ к поставкам своим конкурентам.

Конгломеративное приобретение контроля (представляющее собой диверсификацию в совершенно не связанных между собой областях) может, на первый взгляд, не иметь отрицательного влияния на конкуренцию. Однако значительное увеличение финансовой мощи объединенного предприятия позволяет ему расширить диапазон своей деятельности и получить дополнительные рычаги воздействия на рынок по сравнению с конкурентами, особенно если объединившиеся предприятия, или одно из них, занимают господствующее положение на рынке.

Экономическая концентрация в виде объединенного Руководства может иметь различные неблагоприятные последствия для конкуренции. Оно может приводить к установлению административного контроля, когда решения по вопросам капиталовложений и производства могут фактически приводить к разработке единых стратегий в области цен, распределения рынков и другой согласованной деятельности. Объединенное руководство на вертикальном уровне может приводить к вертикальной интеграции, например, между поставщиками и потребителями, препятствуя проникновению в конкурирующие области и способствуя заключению взаимных договоренностей. Связи между руководством финансовых и нефинансовых предприятий могут приводить к дискриминационным условиям финансирования для конкурентов и выступать в роли катализатора вертикально-горизонтального или конгломеративного приобретения контроля.

Процесс экономической концентрации характеризуется в последние десятилетия заметным ускорением. Постоянно увеличивается не только абсолютное число операций, но и темпы их роста и объемы сделок, растет число международных слияний. В целом процесс концентрации производства и капитала обусловлен объективными экономическими причинами, и в условиях глобализации рынков является важным средством конкурентной борьбы. Однако следует еще раз подчеркнуть, что виды концентрации, создающие или усиливающие господствующее положение компании на рынке, нарушают действующую конкуренцию и поэтому рассматриваются, как правило, как ограничительная деловая практика предприятий.

С.В. Горбунов

*ОАО "Средневолжский
станкостроительный завод"
г. Самара*

ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПЕРЕОСНАЩЕНИЕ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Мировое развитие экономики свидетельствует о том, что технический прогресс в металлообрабатывающих технологиях в начале XXI Века будут находиться во главе процессов принципиально новых изменений организации работы машиностроительных заводов и фабрик будущего.

Как известно, в развитых странах мира ведущее место в промышленности занимает машиностроение и металлообработка. Так, доля машиностроения в промышленном производстве Японии - 43,7, Германии - 39,3%, США - 36,7%, России - около 12,9%. К сожалению, этот показатель в последние годы снижается. За 2002 из 15 отраслей комплекса 10 снизили объемы производства до 27% по сравнению с 2001 годом в сопоставимых ценах, да и весь комплекс имеет снижение по разным оценкам до 6 процентов.

Снижение объемов по станкостроительной промышленности произошло прежде всего потому, что в нашей стране отсутствует государственная техническая политика, что привело к катастрофическому падению объемов производства, резкому сокращению инвестиций в основной капитал.

Парк металлообрабатывающего оборудования выработал свой амортизационный ресурс на 70%, при этом в среднем по России коэффициент обновления не превышает 0,3%. Это уже критическая ситуация.

И это понятно. Ведь инвестиции в основной капитал машиностроения и металлообработки составляют только 9,8% от всех вложений по промышленности. В станкоинструментальной отрасли он еще меньше - только 5%.

Степень обновления производственного потенциала в любой стране характеризуется прежде всего обновлением парка металлообрабатывающего оборудования. Если в США потребление этого оборудования на душу населения от мирового составляет 19,1%, Германии - 15,1%, КНР - 9,8%, Италии - 9,1%, то в России - менее 1%. Это при том, что наша страна обладает всеми энергетическими и сырьевыми ресурсами и имеет свою мощную металлургию, обладает огромными людскими ресурсами, станкоинструментальной промышленностью. За 2001 год в мире было произведено и потреблено ме-

таллообработывающего оборудования на сумму 37 миллиардов долларов, 60 процентов от мирового производства потребили США, Япония, Германия, Италия, Швейцария, Россия - менее 1 %.

Нам представляется, что нужна такая промышленная политика Правительства, которая определила бы приоритеты в развитии отраслей с целью создания благоприятной социально-экономической обстановки, обеспечивающей как развитие национальных технологий, так и занятость населения. Мнения о том, что отечественная станкостроительная промышленность не конкурентоспособна и о том, что возможно удовлетворение потребности в оборудовании за счет экспорта глубоко ошибочны. Необходимо отметить, что ни одна фирма не продаст свою новейшую технологию или разработку, а значит ничего принципиально нового мы не получим. Завозимое в последнее время оборудование, по оценке специалистов, малоэффективно и не решает комплексных проблем у потребителя.

В то же время, предприятия станкостроительной промышленности наглядно показали свою способность решать эти задачи на выставках "Металлообработка -2003" в Москве и "Российский промышленник" в Санкт-Петербурге. В последние годы большинство предприятий значительно обновили свою номенклатуру и подняли технический уровень производимой продукции.

Однако для решения проблемы технического перевооружения предприятий машиностроения и металлообработки этого недостаточно. В прошлом году из-за низкого платежеспособного спроса на внутреннем рынке производство металлообработывающего оборудования оказалось на критическом уровне. Произведено станков 6,3 тыс. штук, КПО - 1,2 тыс. штук. Для сохранения нашей фондообразующей отрасли, а также обеспечения технического перевооружения, производство металлообработывающего оборудования необходимо довести минимум до уровня 40 тысяч единиц, притом качественно изменить структуру продукции. В основном эти проблемы должны были решаться в рамках Федеральной целевой программы "Реформирование и развитие станкостроительной и инструментальной промышленности России на период до 2005 года" (Постановление Правительства от 16.03.2000 г. № 226). Однако по непонятным причинам эта программа уже два года исключается из бюджетного финансирования НИОКР (около 130 млн. рублей в год).

Создается впечатление, что Федеральный центр не заинтересован в развитии фондообразующей отрасли. В указанных условиях наиболее целесообразным на наш взгляд является создание региональных центров по техническому перевооружению машиностроительного производства на предприятиях региона. Основой их деятельности должна быть организация комплексной поставки металлообработывающего оборудования, инструмента, сервисного обслуживания в гарантийный и послегарантийный периоды, обучение кадров на базе разработанных предприятиями планов технического перевооружения.

Концепция создания региональных технических центров предусматривает:

- подготовку аналитического материала о составе, состоянии машиностроительной и металлообработывающей промышленности региона, необходимых данных по предприятиям и др.;

- установление перечня инвестиционных проектов, потребностей в металлообработывающем оборудовании, сроков реализации;

- подготовку общих данных о составе парка металлообработывающего оборудования в регионе;

- комплектную поставку металлообработывающего оборудования;

- изыскание путей обеспечения предприятий инструментом, оснасткой, запасными частями для металлообработывающего оборудования и др.;

- проведение семинаров, конференций, других мероприятий для потенциальных заказчиков и потребителей;

- подготовку кадров на реконструируемых предприятиях;

- изыскание совместно с предприятиями источников финансирования на реконструкцию, в том числе с использованием лизинга.

Такие структуры создаются и уже начали действовать в Москве и Екатеринбурге.

В Самаре, совместно с Администрацией Самарской области, рядом предприятий отрасли создано в 2002 году некоммерческое партнерство "Средневожская станкостроительная компания", которая уже начала в своей деятельности решать выше перечисленные задачи.

Однако необходимо отметить, что несмотря на несомненно положительный результат создания технологических центров, в целом ряде вопросов реализовать меры по развитию собственной станкоинструментальной отрасли и проведение технического перевооружения в машиностроении России без поддержки государства будет затруднительно. Прежде всего необходимо создать нормальную кредитно-финансовую систему, которая заинтересовала бы финансовые учреждения вкладывать деньги в развитие отечественного машиностроения, внести существенные изменения в налоговое законодательство, обеспечивающие заинтересованность производителей в создании и внедрении новой техники и технологии, обновлении парка оборудования. За последний период все налоговые льготы в этом направлении были отменены.

Применение лизингового механизма продажи и покупки оборудования, принятое во всем цивилизованном мире у нас не имеет своего развития. Налоговое законодательство с учетом уплаты налогов по отгрузке, полностью перечеркивает возможность продажи оборудования с рассрочкой платежей.

За последние 15 лет практически уничтожена система воспитания промышленности рабочих и инженерных кадров.

Перечень вопросов, которые не возможно решить без помощи государства, можно продолжить. Остается надеяться, что в рамках реализации Концепции развития станкостроения до 2010 года большинство вопросов будет решено и в нашем государстве появится Закон о государственной технической политике.

С. В. Горбунов

*ОАО "Средневожский
станкостроительный завод"*

г. Самара

О ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКЕ

В последнее время словосочетания "основные направления развития промышленности", "промышленная политика" перестали быть модными выражениями и превращаются в весьма болезненную проблему отечественной экономики. В целом состояние экономики страны, по мнению правительства и источников близких к нему, несмотря на все минусы, остается позитивным, о чем свидетельствует удержание инфляции на запланированном уровне и приток иностранного капитала, повышение всевозможных рейтингов развитие фондового рынка.

Состояние мировых сырьевых рынков позволяет России, как и раньше выгодно использовать механизм пополнения бюджета за счет единственного проверенного источника доходов - сырьевого.

Однако сегодня все - и государственные служащие и промышленники и частные предприниматели сходятся в одном - необходимо развивать отрасли экономики, не завязанные на схему экспорта природных богатств в другие страны. Ничего нового в этом подходе нет, и о необходимости изменений говорить уже давно, однако конкретных путей такого перехода никто до конца не сформулировал.

В экономической политике акцент делается на экспорте нефти и газа, при этом разговоры о модернизации производственной и перерабатывающей отраслей так и остаются разговорами. Частный бизнес готов к диалогу с властью, обсуждению путей взаимодействия, потому что текущее положение явно не способствует развитию и росту предпринимательства в стране. Правительство по-прежнему говорит о реформах в системе налогообложения, о реформировании отдельных отраслей, о льготах и дотациях и кто больше других нуждается в государственной поддержке. На этом фоне показательно недавнее решение администрации США о двукратном снижении размеров налоговых ставок в стране для активизации промышленной деятельности.

Пожалуй, трудно найти отрасль промышленности, которая находилась бы в таком глубоком кризисе, как машиностроение и металлообработка.

Внутренний рынок для нее практически исчез, станкостроение и инструментальная промышленность живут прежде всего за счет экспорта общие объемы которого, в свою очередь уменьшаются, в основном за счет искусственного сдерживания роста курса рубля к иностранным валютам при росте внутренних цен, что благоприятно в первую очередь иностранным компаниям поставляющим продукцию в нашу страну.

Основной причиной такой ситуации на наш взгляд, является полное пренебрежение государства к обрабатывающим отраслям. Реформаторы от экономики полностью устранили государство от управления экономикой, несмотря на примеры Японии, Южной Кореи и Китая, где именно государство выбирало приоритеты для развития, концентрировало на них все имеющиеся ресурсы - денежные, материальные, людские, научные - и таким образом поднимало их на уровень лучших в мире. Ведь именно так - с огромной помощью государства - появилась японская и корейская электроника, автомобилестроение и другие отрасли. Государственная промышленная политика Китая выводит его сейчас на уровень передовых стран мира. Китайское правительство не побоялось воплотить в жизнь смелые реформы, связанные с прогрессивным

развитием отдельных регионов. С точки зрения здравого смысла абсолютно верно апробирование новых механизмов промышленной политики не в целом по стране, а в отдельных регионах, не рискуя менять структуру управления в целом.

Основное внимание российского правительства нацелено на реформы электроэнергетики, МПС, ЖКХ, хотя в стране достаточно электрической и тепловой энергии, сбоев в поставках нет. И на транспорте не было на одного случая недоставки грузов по техническим причинам, в то же время силы и внимание общества сосредоточены на этих бессмысленных реформах и государство даже не смотрит в сторону действительно острейшей проблемы - необходимости скорейшего обновления морально и физически изношенного технологического оборудования. На большинстве предприятий износ станочного парка достигает 90 процентов, но все занято спорами вокруг РАО ЕЭС и ЖКХ.

Попытки проработки программы промышленной политики России в настоящее время предпринимаются рядом негосударственных структур и региональных государственных органов. Это, в первую очередь, Торгово-промышленная палата РФ, Российская объединенная промышленная партия, Общероссийская общественная организация "Деловая Россия", правительство Москвы, Администрация Самарской области.

Главное, что объединяет все эти программы - это признание необходимости участия государства в развитии экономики, в том числе и промышленности. Игнорирование этого привело к утверждению в стране экспортно-сырьевой модели экономики. Ресурсы сегодня концентрируются именно в сырьевом секторе.

На сегодняшнюю ситуацию в машиностроении и самым пагубным образом влияет действующая кредитно-денежная политика, когда практически нет системы кредитов, которой могли бы пользоваться предприятия реального сектора обрабатывающей промышленности. При отсутствии системы льгот по средствам, направляемым на модернизацию производства и высокого уровня налоговых ставок, большинство мелких производств уходит в теневой сектор.

Есть примеры вполне оформившейся и успешно действующей, правда на региональном уровне, промышленной политики, уже дающей свои весомые плоды. Речь идет о "Комплексной программе промышленной деятельности в Москве", принятой и реализуемой московским правительством. Она позволила в 2002 году поднять темпы гражданского промышленного производства до 14%, а оборонного комплекса - до 20%. Недавно принят новый этап программы, рассчитанный на 2004-2006гг. Объем промышленного производства в соответствии с указанной программой в 2004 году должен составить 481 млрд. рублей, в 2005 году - 563 млрд. рублей, в 2006 году 673 млрд. рублей. Иными словами производство продукции в 2006 году должно увеличиться по сравнению с 2003 годом на 120%. Отрадно, что опережающими темпами по этой программе должны развиваться машиностроение и металлообработка. Их объем в 2006 году по сравнению с 2003 годом составит 121,4%. Указанный прост предполагается достичь в первую очередь за счет поддержки реального сектора обрабатывающей промышленности. Московское правительство предусматривает выделить на эти цели 9447,8 млн.

рублей, что встречает серьезные возражения со стороны Министерства финансов РФ, считающего что город нарушает общероссийские принципы реформ, которые направлены на уход государства из экономики. Указанные суммы не являются простыми прямыми капиталовложениями, они направляются не на прямые дотации, а лишь дотируют снижение кредитных процентных ставок, давая предприятиям возможность получать кредиты под 5-10% годовых, что является доступным для реального сектора экономики с учетом их низкой рентабельности.

В целом можно сделать вывод, что в условиях нерегулируемой рыночной экономики машиностроение и металлообработка успешно развиваться не могут. Их дальнейшее существование и выход из кризиса зависят от государственной промышленной политики, которую обязаны создать государственные институты совместно с представителями этой отрасли.

Т.Н. Гороховицкая
*Самарская государственная
экономическая академия*

МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

На протяжении ряда лет в экономике России происходил существенный спад промышленного производства, увеличение физического и морального износа производственного оборудования, что привело к снижению конкурентоспособности как его материально-технической базы, так и выпускаемой на нем продукции. В работе особое внимание уделено состоянию использования активной части основных производственных фондов, поскольку их доля составляет наибольший удельный вес и оказывает решающее значение на выпуск высококачественной продукции.

Разработанные и применяемые в настоящее время методы, модели, методики позволяют обосновать замену одного вида производственного оборудования (ПО) другим с учетом эффективности капитальных вложений. Экономический механизм, включающий оптимизацию состава и структуры ПО, имеет большое значение для развития промышленности и удовлетворения нужд экономики страны, связан с управлением повышения экономического, социального потенциала предприятия за счет внедрения достижений НТП, эффективных нововведений в области технологии, организации производства, сервисного обслуживания, которые предопределяют социальную ориентацию экономики страны для перевода ее в новое качественное состояние, с целью улучшения благосостояния населения России.

Методика совершенствования экономического механизма управления использованием ПО, на наш взгляд, должна включать: постановку задачи, целевые функции с ограничениями, алгоритмы решения задачи, выводы и рекомендации по совершенствованию использования ПО для повышения его конкурентоспособности, объема выпускаемой продукции.

В соответствии с признаками (фактор времени, глубина структуры и степень охвата сфер экономики, уровень иерархии, закон образования ряда производственного оборудования, количество параметров одинаковой и различной размерности, характеристика целевых функций с ограничениями и без ограничений) задача оптимизации технологического парка характеризуется как статическая, детерминированная, многоуровневая, с агрегированной моделью, с зависимостями максимума прибыли, продаж и уровня организованности, производительности по ограниченному спросу, объема производства с первичной и производной информацией. Модель исследуемого объекта относится к постановке производственно - эксплуатационной задачи систем ПО с целью их технико-экономического обоснования и повышения уровня конкурентоспособности.

В поставленной задаче оптимизации состава и структуры системы ПО, согласно выдвинутой концепции, отражены следующие основные показатели, характеризующие особенности совершенствования управления ПО:

- определение себестоимости производственной емкости времени работы оборудования (нормо-, машино-час) для расчета экономического эффекта от эксплуатации групп ПО по производственным процессам, используется для отдельных компонентов и однородной группы ПО;
- определение уровня качества и конкурентоспособности ПО;
- снижение издержек производства (переменных и постоянных затрат за счет определения суммарной величины затрат за ПЖЦ ПО), используется для групп однородной продукции и оборудования;
- максимизация прибыли и продаж.

При решении задачи по совершенствованию использования технологического оборудования продолжительность времени его работы определяется эффективным годовым фондом и количеством действующего ПО. Для этой цели различают потенциальную и производственную емкость времени работы оборудования, которые определяются по формулам:

$$P_t = F_n \cdot S \cdot \text{Кив} \cdot \text{Он}, \quad (1)$$

$$P_{\text{по}} = F_d \cdot S \cdot \text{Кив} \cdot \text{Од} \quad (2)$$

где P_t , $P_{\text{по}}$ - соответственно потенциальная, производственная емкость времени работы оборудования (час); F_d , F_n - действительный, номинальный фонд времени работы оборудования; S - количество смен работы оборудования; Кив - коэффициент использования времени работы оборудования; Од , Он - действующее, наличное (установленное, в ремонте, резервное) производственное оборудование.

Потенциальная емкость времени работы технологического парка ПО характеризует максимально возможное время его работы.

Производственная емкость времени работы ПО характеризует эффективно используемое время его потенциальной емкости.

На основании введенных новых экономических понятий, характеризующих использование ПО, определяется показатель уровня его организации по времени работы:

$$Уро = \frac{\sum_1^n \text{Пепо}}{\sum_1^n \text{Пт}} \quad (3)$$

Применение данной зависимости устанавливает уровень использования ПО во времени его работы, позволяет судить о резервах для увеличения пропускной способности по количеству выпускаемой продукции. Используя данную характеристику ПО, как главную, можно активизировать процесс совершенствования управления использованием ПО за счет определения коэффициентов соответствия имеющегося парка ПО по его структуре производственной емкости соотносительно со структурой трудоемкости выпускаемой продукции.

В.А. Гудашев, О.В. Чичкина
Пензенский государственный педагогический университет

МЕТОД ВНУТРЕННЕЙ НОРМЫ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ КАК ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ

Одним из наиболее ответственных и значимых этапов прединвестиционных исследований является обоснование экономической эффективности инвестиционного проекта, включающее анализ и оценку всей имеющейся техники - экономической и финансовой информации. Оценка эффективности инвестиций занимает центральное место в процессе обоснования и выбора возможных вариантов вложения средств в операции с реальными активами.

До перехода экономики на рыночные отношения широко использовались способы абсолютной и сравнительной экономической эффективности капиталовложений и новой техники. В их основу был положен критерий народнохозяйственного эффекта, который можно получить в результате создания и реализации объекта инвестиций. Абсолютная экономическая эффективность рассчитывается как отношение прибыли (снижение себестоимости) к вызвавшим ее потенциальным вложениям. Сравнительная экономическая эффективность рассчитывается методом приведенных затрат, который основан на использовании директивно устанавливаемого норматива, срока окупаемости капиталовложений или обратной ему величины нормативного коэффициента эффективности, имеющего различные значения для расчета приведенных затрат и дисконтирования.

В новых рыночных условиях хозяйствования, при всей своей позитивной роли используемые ранее способы оценки эффективности капиталовложений и новой техники оказались невостребованными. Стало очевидным, что в условиях рыночных отношений в основе расчетов экономической эффективности инвестиций должны лежать иные критерии и методы.

Метод оценки эффективности инвестиционных проектов - это способы определения целесообразности долгосрочного вложения капитала в различные объекты с целью оценки перспектив их прибыльности и окупаемости.

Критериями для обоснования эффективности инвестиционного проекта может быть максимум прибыли или доходности, минимум трудовых затрат, времени достижения цели, доля рынка, качество продукции, безубыточность.

Важно при этом рассчитать и проследить направления потоков денег: *единовременные (капитальные) расходы* на выкуп земли, строительство зданий и сооружений, приобретение оборудования и машин, обучение специалистов; *текущие расходы* - на сырье и материалы, топливо и энергию, труд и т.д.; *доходные статьи*.

Бесспорно, анализ денежных притоков и оттоков является важным при оценке инвестиционных проектов. Однако, когда речь идет о принятии окончательного решения по проекту, инвестора интересуют не столько потоки ресурсов, сколько, результат, остающейся у предприятия прибыли после уплаты налогов.

Внутренняя норма прибыли это норма доходности, при которой дисконтированная стоимость притоков наличности (реальных денег) равна дисконтированной стоимости оттоков. Внутренняя норма прибыли известна и как внутренняя норма доходности, или рентабельности, коэффициент окупаемости или эффективности, а также предельная эффективность капиталовложений, или метод определения доходности дисконтирования денежных поступлений.

Если представить математическое уравнение, левая часть которого является дисконтированной стоимостью инвестиций на проект, осуществляемых в любое время, начиная от начала проекта, а правая аналогична - дисконтированной стоимостью всех чистых входящих потоков средств от проекта за тот же период, то ставка процента, при которой обе части этого уравнения будут равными, называется внутренней нормой прибыли (доходности) данного проекта. Она представляет собой максимальную ставку процента, под которой предприятие могло бы взять кредит для осуществления проекта без ущерба своим интересам.

Метод внутренней нормы прибыли использует концепцию дисконтирования стоимости. Он сводится к нахождению такой ставки дисконтирования, при которой текущая стоимость ожидаемых от проекта доходов будет равна текущей стоимости необходимых инвестиций.

Расчет внутренней нормы прибыли начинается с сопоставления потоков реальных денег. Затем для приведения чистого потока наличностей к сегодняшней, начальной стоимости используется установленная процентная ставка - норма дисконта. Если чистая текущая стоимость имеет положительное значение, применяют более высокую норму процента, если отрицательное при этой более высокой норме процента, внутренняя норма прибыли должна находиться между этими величинами.

Если же более высокая норма процента все еще дает положительное значение чистой текущей стоимости, ее следует увеличивать до тех пор, пока она не будет отрицательной.

Таким образом, если ставка дисконтирования по анализируемому инвестиционному проекту больше процентов на капитал, то его чистая текущая стоимость (или сальдо приведенных затрат и поступлений) больше нуля и проект признается эффективным. Если же эта ставка меньше процента на капитал, то проект признается невыгодным и его чистая текущая стоимость, также равна нулю и эффективность инвестиционного проекта минимальна. То есть требуется найти величину ставки дисконта (процента дисконтирования, процента на капитал), при которой бы чистая текущая стоимость была равна нулю. Показатель рентабельности инвестиций, принятый для оценки эффективности инвестиций, представляет собой отношение приведенных доходов к приведенным на ту же дату инвестиционным расходам. Он позволяет определить, в какой мере возрастают средства инвестора (фирмы) в расчете на 1 руб. инвестиций.

Его расчет можно выполнить по формуле:

$$R = \sum_{t=0}^T \frac{P_t}{(1+E)^t} / K$$

где K - первоначальные инвестиции,

P_t - денежные поступления в t - м году, которые ожидается получить благодаря этим инвестициям,

E - ставка дисконтирования (желаемая норма прибыли),

t - периоды реализации инвестиционного проекта, или:

$$R = \sum_{t=0}^T \frac{P_t}{(1+E)^t} / \sum_{t=0}^{t_n} \frac{K_t}{(1+E)^t}$$

где t_n и t₀ - год начала производства продукции и окончания капитального строительства соответственно; K_t - инвестиции в t - м году

Этот показатель рентабельности инвестиций иногда называют коэффициентом "доход издержки". Из формулы видно, что в ней сравниваются две части чистой текущей стоимости доходная и инвестиционная. Если при некоторой норме дисконта рентабельность проекта равна единице (100 %), это означает, что приведенные доходы равны приведенным инвестиционным издержкам и чистый приведенный дисконтированный доход равен нулю. Следовательно, норма дисконта является внутренней нормой прибыли (доходности). При норме дисконта, меньшей внутренней нормы окупаемости, рентабельность будет больше единицы.

Таким образом, превышение над единицей показателя рентабельности проекта означает некоторую его дополнительную доходность при данной ставке процента. Показатель рентабельности меньше 1 означает неэффективность проекта.

Показатель рентабельности инвестиций (индекс прибыльности, доходности) отличается от используемого ранее коэффициента эффективности капиталовложений тем, что в качестве дохода здесь выступает денежный поток, приведенный в процессе оценки к текущей стоимости. Индекс используют не только для сравнительной оценки, но и в качестве критерия при принятии проекта к реализации.

Сравнительная оценка инвестиционных проектов по показателю рентабельности инвестиций и чистой текущей стоимости показывает,

что с ростом абсолютного значения чистой текущей стоимости (чистой прибыли) возрастает и рентабельность, и наоборот. Если значение индекса прибыльности меньше или равно 1, проект должен быть отвергнут, так как не принесет дополнительной выгоды.

На основе этих методов определяются потоки расходов и доходов, рассчитываются показатели эффективности, строятся годовые балансы результатов производственной деятельности, анализируется влияние внешних и внутренних факторов инвестиционного проекта на результаты его функционирования.

Е.П. Гусакова

*Самарская государственная
экономическая академия*

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО МЕХАНИЗМА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

В сельском хозяйстве одним из важнейших рычагов подъема экономики может стать использование проектного кредитования. В международной практике оно является относительно новой формой заимствования средств, особенно актуальной для тех хозяйствующих субъектов, которые нуждаются в расширении и модернизации производственных мощностей. Основой проектного кредитования является идея финансирования инвестиционных проектов за счет доходов, которые принесет создаваемое или реконструируемое предприятие в будущем.

Данное направление деятельности имеет хорошие перспективы развития в России, так как этому способствуют следующие объективные причины. Во - первых, это необходимость создания системы эффективных собственников в форме консорциумов банков, инвестиционных пулов и других организаций, работа которых сосредоточится вокруг реализации конкретных инвестиционных проектов. Во - вторых, крупные коммерческие банки сегодня способны организовать вокруг себя соответствующую структуру, аккумулирующую необходимый кредитный и инвестиционный потенциал. В - третьих, заинтересованность государства в привлечении частных инвестиций в сельское хозяйство, и его способность создать правовое обеспечение для защиты крупных вложений.

Выделим несколько преимуществ использования проектного кредитования в сельском хозяйстве:

1. Возможность использования нескольких источников заемного капитала, что является необходимым условием для реализации крупномасштабных инвестиционных проектов. Кредиторами могут быть: государство, предприятия, поставщики и покупатели продукции, банки пенсионные фонды, инвестиционные и лизинговые компании, венчурные фирмы, иностранные инвесторы и т.д. При этом появляется возмож-

ность привлекать капитал в больших объемах и с высоким финансовым рычагом.

2. Риски проекта распределяются между широким кругом участников, что уменьшает вероятность потерь капитала для конкретного участника проекта.

3. Базой выплаты процентов и основного долга становятся доходы от реализации проекта, так как заемные средства передаются непосредственно самостоятельной экономической единице - специальной компании, и учредители не несут полной ответственности за погашение кредита.

4. Возможность организовать забалансовое кредитование проекта. Это означает, что задолженность отражается на балансе специальной компании и не ухудшает финансовое положение учредителей.

Схема организации проектного кредитования отражена на рисунке.

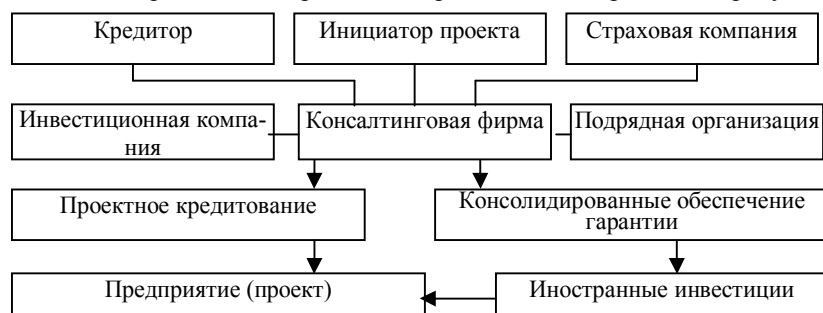


Рис. Организация проектного кредитования

Отметим, что существуют несколько условий, от соблюдения которых зависит успех проектного кредитования:

- инвестиционный проект должен быть жизнеспособным;
- в реализации проекта задействуются опытные, сильные и добросовестные партнеры;
- учет всех рисков проекта;
- урегулирование правовых аспектов;
- разработка конкретных скоординированных планов действий и наличие качественного бизнес-плана реализации инвестиционного проекта.

В настоящее время применение проектного кредитования в сельском хозяйстве возможно только при участии государства. Участие государства в механизме проектного кредитования в перспективе позволит решить проблемы финансирования крупных приоритетных социальных и инфраструктурных объектов, которые являются непривлекательными с точки зрения частных инвесторов. Но на сегодняшний день наиболее важной формой участия государства в проектом кредитовании должна стать работа по организации гарантийного фонда, функционирование которого, в частности, позволит:

- создать эффект рычага - предоставленные гарантии дадут возможность привлечь свободные средства частных инвесторов;

- воздействовать на использование как государственных, так и негосударственных инвестиционных фондов;

способствовать освоению механизма проектного кредитования крупных инвестиций для подъема отечественного сельскохозяйственного производства.

Для сельскохозяйственных предприятий использование проектного кредитования должно стать действенным инструментом активизации инвестиционной деятельности в отрасли.

Л.Д. Евдокимова
*Самарская государственная
экономическая академия*

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ВЕРТИКАЛЬНО- ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

История развития современных отечественных вертикально- интегрированных нефтяных компаний насчитывает не многим более десятилетия. Распад планово-распределительной системы в этой отрасли оказался чрезвычайно болезненным, когда процесс ликвидации СССР сопровождался нарушением многолетних связей. В настоящее время некоторые связи восстановлены и очевидна необходимость их восстановления в полном объеме, но уже на иных, взаимовыгодных основаниях. Становление ВИНК и реализация заложенного в их структуре потенциала должны сыграть значительную роль в этом интеграционном процессе.

Вертикальная интеграция в принципе способна усилить потенциал компании, повысить эффективность ее хозяйственной деятельности и укрепить конкурентоспособность. Более углубленный анализ вертикальной интеграции показывает, что эта форма дает в нефтегазовом секторе наибольший эффект - как для отдельных компаний, так и для государства - на начальном этапе освоения нефтегазовых ресурсов. Именно на этом этапе освоения крупные месторождения в полной мере реализовывают эффект масштаба вследствие снижения удельных издержек на добычу, переработку, изготовление и транспорт продукции. Однако по мере ухудшения качества минерально-сырьевой базы эффект экономии масштаба постепенно утрачивается. Как правило, компании уходят с таких месторождений. Именно это можно сегодня наблюдать - ухудшившаяся конъюнктура, сложность противоречивых объективным тенденциям ухудшения качества сырьевой базы заставляют мировые нефтяные компании объединяться. Компании объединяются для того, чтобы снизить издержки, но не всех разрабатываемых месторождений, а новых и лучших из числа разрабатываемых. Следуя такой стратегии объединения, нефтекомпании переносят акценты своей деятельности в другие страны и регионы мира. Именно такое поведение позволяет укрупненной нефтяной компании выжить.

Не нужно также преувеличивать возможности гибкости и маневренности ВИНК. Несмотря на свой значительный финансовый и научно-технический потенциал, данные компании являются весьма инерционными и предпочитают в большинстве случаев придерживаться консервативной стратегии поведения.

Прежде всего, компания, интегрирующая в свою структуру, к примеру, добычу сырья, последовательные стадии его переработки, производство конечного продукта и распределительно-сбытовую сеть, вынуждена осуществлять крупные инвестиции с длительным сроком окупаемости, что надолго связывает ресурсы ВИНК. Происходит увеличение капиталовложений в отрасль, где уже работает компания, повышая тем самым риск, вместо направления финансовых ресурсов в другие, может быть более доходные сферы.

Кроме того, могут возникнуть серьезные проблемы в результате неравномерности технического прогресса в отдельных звеньях производственной цепи, что, в конечном итоге может привести к дисбалансу в производственном потенциале отдельных звеньев, сдерживанию технического прогресса. Также возникают проблемы, связанные с балансировкой мощности на каждом этапе производственной цепочки. Наиболее эффективный объем производства в каждом звене может не соответствовать потребностям связанного с ним звена.

Потенциальная угроза снижения эффективности и конкурентоспособности компании связана с тем, что ее отдельные звенья могут оказаться изолированными от воздействия рыночных сил, конкуренции. Это происходит в том случае, когда компания ориентируется главным образом на внутрифирменные поставки, и подразделения ВИНК вынуждены покупать продукцию своих предприятий, несмотря на то, что она может быть дороже или хуже по качеству аналогичной продукции конкурентов.

В целях нейтрализации возможных негативных последствий вертикальной интеграции можно предложить разнообразные мероприятия стратегического и организационного характера. Одним из важнейших средств нейтрализации негативных последствий интеграции, вызываемых жесткой увязкой ресурсов в ВИНК и их слабой маневренностью, является диверсификация их хозяйственной деятельности. Но, как показывает практика, диверсификация компаний в отрасли, не связанная с основным направлением деятельности, часто кончается неудачей и компания рано или поздно вынуждена уходить из плохо знакомых сфер бизнеса.

Другое важное направление усиления гибкости и повышения эффективности ВИНК - преодоление изоляции подразделений компании от рыночной среды путем предоставления управляющим этих подразделений определенной свободы выбора между рыночной сделкой и внутрифирменной операцией. Широкое распространение получает частичная интеграция, при которой часть продукции используемой компанией, закупается на рынке, а остальная производится на собственных предприятиях.

Таким образом, вертикальная интеграция в рамках нефтегазового комплекса является не безусловной и не единственно возможной и до-

пустимой формой организации бизнеса. Несомненно, что в современных условиях отечественные ВИНК имеют конкурентные преимущества перед предприятиями и фирмами специализированного типа и далеко не в полной степени реализовали свой потенциал. Но на определенном этапе освоения и разработки нефтегазовых провинций преимущества, обусловленные уникальными характеристиками минерально-сырьевой базы и позволяющие эффективно функционировать ВИНК, утрачиваются. На западе идет процесс формирования горизонтально интегрированных структур, и отечественным специалистам необходимо постоянно заниматься поиском направлений совершенствования форм организации бизнеса.

Д.В. Ельчанинов
*Самарская государственная
экономическая академия*

ПРИЧИНЫ БАНКРОТСТВА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Формирование рыночных отношений объективно обуславливает возникновение и развитие механизмов, регулирующих процессы производства, сбыта и потребления товаров и услуг. Достижение оптимальной инфраструктуры производства, соответствующей потребностям и платежеспособному спросу субъектов экономической деятельности, осуществляется посредством, складывающейся в каждый момент времени рыночной ситуации. От характера и структуры рыночных потребностей, способности и возможности ее предвидения, прогнозирования и соответствующего реагирования зависит жизнь предприятий. Процесс неравномерного развития экономики и тем более отдельных ее частей, колебания объемов производства и сбыта, возникновения значительных спадов производства, характеризуется как кризисная ситуация.

Успехи и неудачи деятельности предприятия следует рассматривать как взаимодействие целого ряда факторов. Способность предприятия приспособиться к изменению технологических, экономических и социальных факторов - гарантия не только его выживания, но и процветания.

В экономической литературе к основным внешним факторам, оказывающим сильное влияние на деятельность предприятия, относятся:

- размер и структура потребностей населения;
- уровень доходов и накоплений населения;
- политическая стабильность и направленность внутренней политики.

На финансовом положении большинства предприятий негативно сказываются и последствия общеэкономического спада. Им часто сопутствует полоса слияний и неожиданного возникновения иных конкурентов. Предприятие может подвергнуться тяжелым испытаниям при неожиданных переменах в сфере государственного регулирования, резких спадах государственного заказа. Трудности такого рода весьма характерны для нашей страны. К выше упомянутым фактам можно отнести четыре группы: стратегия предприятия; принципы его деятельности; ресурсы и их использование; качество и уровень маркетинга. В свою очередь, они включают десятки, если не сотни конкретных факторов, действующих на каждом предприятии избирательно.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПЛАНИРОВАНИЮ ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ

Сфера культуры объединяет различные организации, учреждения, предприятия, которые обязательно создают и распоряжаются определенными финансовыми средствами для осуществления своей деятельности.

Финансовые средства учреждения культуры образуются за счет: бюджетных ассигнований и других поступлений от учредителя, доходов от платных форм культурной деятельности, платежей за оказание услуг по договорам с юридическими и физическими лицами, добровольных пожертвований, субсидий, средств, полученных по завещаниям, кредитов банков и иных кредитных учреждений, других доходов и поступлений в соответствии с законодательством РФ.

В Санкт-Петербурге 16 июня 2003г. состоялось заседание государственного совета по теме "Развитие российской культуры, финансово-экономические аспекты культурной политики" на котором была поставлена задача реструктуризации финансирования и совершенствования рыночных механизмов учреждений культуры. Затронуты вопросы, касающиеся ухода от сметного финансирования и перехода на договорные, программно-целевые и инвестиционные контракты с учреждениями культуры.

До настоящего времени основными показателями, определяющими оптимальное распределение финансовых ресурсов на федеральном и региональном уровнях являлись:

- доля ассигнований на культуру в общих расходах консолидированного бюджета субъекта РФ;
- ассигнования на культуру из консолидированного бюджета субъекта РФ в расчете на 1 жителя.

Показатель доли ассигнований указывает на приоритетность финансирования сферы культуры из бюджета на региональном уровне. Его применение базируется на соответствующей записи в "Основах законодательства Российской Федерации о культуре" в ред. Федерального закона от 23.06.99 № 115-ФЗ (с изменениями, внесенными Федеральными законами от 27.12.00 № 150-ФЗ, от 30.12.01 № 194-ФЗ, от 24.12.02 № 176-ФЗ), согласно которому размеры ежегодных ассигнований на культуру не могут быть менее 6% от средств соответствующих региональных бюджетов.

Активное использование показателя, характеризующего "бюджет культуры" на 1 жителя, обусловлено работой над государственными минимальными социальными стандартами и нормативами минимальной бюджетной обеспеченности. Прямое указание на то, что нормативы минимальной бюджетной обеспеченности устанавливаются в расчете на 1 жителя, содержится в Законе РФ от 25.09.97 № 126-ФЗ (в ред. от 09.07-99 с изменениями от 30.12.01) "О финансовых основах местного самоуправления".

К другим внутренним факторам, усиливающим кризисную ситуацию предприятия, можно отнести:

- возникновение убытков предприятия;
- резкое повышение уровня издержек производства и сбыта товара;
- утрата уровня культуры производства и культуры предприятия;
- наличие стимулов к труду у персонала предприятия.

В классической рыночной экономике, как отмечают зарубежные исследователи, 1/3 вины за банкротство предприятия падает на внешние факторы и 2/3 - на внутренние. Отечественные исследователи еще не провели подобной оценки, однако можно не без основания предполагать, что для современной России характерна обратная пропорция влияния этих факторов. Политическую и экономическую нестабильность, дерегулирование финансового механизма и инфляционные процессы следует отнести к наиболее значительным факторам, ухудшающим кризисную ситуацию предприятий.

Банкротство - это цивилизованная форма недопущения физической остановки производства. Предприятие может формально существовать долго, накапливая долги и увеличивая число кредиторов. Возникает необходимость в наведении порядка до наступления безнадежного положения.

Финансовое состояние предприятия выражается в соотношении структур его активов и пассивов, т.е. средств предприятия и их источников. Основные задачи анализа финансового состояния - определение качества финансового состояния, изучение причин его улучшения или ухудшения за период, подготовка рекомендаций по повышению финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия. Эти задачи решаются на основе исследования динамики абсолютных и относительных финансовых показателей и разбиваются на блоки, а также данные бухгалтерского учета и необходимые аналитические расшифровки движения и остатков по синтетическим счетам.

Цель структурного анализа - изучение структуры и динамики средств предприятия и источников их формирования для ознакомления с общей картиной финансового состояния. Структурный анализ носит предварительный характер, поскольку в результате его проведения еще нельзя дать окончательной оценки качества финансового состояния, для получения которой необходим расчет специальных показателей.

Таким образом, эффективное функционирование механизма банкротства и профессиональное использование стратегических и тактических мероприятий антикризисного управления является одной из наиболее актуальных и важнейших задач на пути построения цивилизованного рынка.

Кризисные ситуации, для преодоления которых не было принято соответствующих профилактических мер, могут привести к чрезмерному разбалансированию экономического организма предприятия с соответствующей неспособностью продолжения финансового обеспечения производственного процесса, что квалифицируется как банкротство предприятия. Преодоление этого состояния требует применения специальных мер либо прекращения деятельности предприятия и его ликвидации.

С.В. Ефарова
*Самарская государственная
филармония*

В среднем по Российской Федерации доля ассигнований на культуру в общих расходах консолидированных бюджетов субъектов РФ в 2002 г. составляет 3,2%, в 2001 г. - 2,26%, в 2000 г. - 2,27%. В Самарской области доля ассигнований на культуру в общих расходах консолидированного бюджета в 2003г. составит 0,96%, в 2002г. составляла - 0,8%, в 2001г. - 1,95%. Как мы видим, это ниже среднего по субъектам РФ.

Обратимся к показателю, характеризующему ассигнования на культуру из консолидированного бюджета субъекта РФ в расчете на 1 жителя. В 2002 г. средняя величина этого показателя по регионам России составляла 309 руб., в 2001 г. - 202,83 руб., в 2000 г. - 155,28 руб. Министерством культуры РФ на 2001 г. был установлен средний норматив бюджетных расходов на культуру и искусство на 1 жителя в размере 257 руб. В самарской области расходы на культуру на одного жителя в 2003г. составит 53,7 руб., в 2002г. составил 37,5 руб., в 2001г. - составили 163,46 руб.

Рассматривая данный показатель необходимо отметить, что сравнивать расходы на культуру из консолидированных бюджетов субъектов РФ в расчете на 1 жителя по регионам некорректно ввиду разных условий жизнедеятельности.

Проделанный анализ показывает, что между показателями доли расходов на культуру в общих расходах консолидированного бюджета субъекта РФ и расходов на культуру из консолидированного бюджета субъекта РФ в расчете на 1 жителя нет устойчивой зависимости. Не случайно, поэтому сегодня перед отраслью поставлена задача отхода от традиционного (затратного) финансового планирования. Кроме того необходима система показателей, которая сочетает в себе относительные и абсолютные показатели характеризующие эффективность деятельности учреждений культуры. На сегодняшний день такой системы пока нет.

Требуется разработка концепции бюджетирования, ориентированного на результат, осуществление которой вытекает из задач, поставленных в посланиях Президента РФ Федеральному Собранию, Программы социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2002-2004г.г.), утвержденной распоряжением Правительства РФ от 10.07.01 № 910-р.

В рамках Самарской области основные приоритеты культурной политики определены областной программой "Формирование культурного потенциала устойчивого развития самарской области" на 2002-2005 годы. Организационно-экономические преобразования культуры предполагается осуществить по следующим главным направлениям: обеспечение более рационального расходования бюджетных средств и использования государственного имущества; создание условий для привлечения в сферу культуры дополнительных ресурсов; обслуживание социально незащищенных слоев населения (инвалидов, пенсионеров, детей, учащихся) для которых сохраняется минимальная стоимость входных билетов в музеи и театры; развитие и углубление областной программы сохранения недвижимых и движимых памятников истории и культуры; обеспечение активной деятельности музеев и библиотек. Предполагается, что в предстоящем периоде с принятием федерального закона "О

государственных минимальных социальных стандартах" в целях повышения эффективности использования бюджетных и внебюджетных средств, выделяемых на социальное развитие, будет создана система государственных минимальных социальных стандартов, которые будут использованы органами государственной власти и органами местного самоуправления согласно бюджетному законодательству для обеспечения гарантированного права каждому жителю области определенного минимально допустимого уровня общедоступных социальных услуг.

Следовательно, необходимо сохранить учет тех показателей, которые отражают оценку деятельности учреждения, дополнив их относительными показателями. Наравне с этим, необходима четкая методика планирования консолидированного бюджета учреждения.

Часть бюджета, финансируемая из ассигнований на культуру субъекта РФ, расходуется по статьям бюджетной классификации. Внебюджетные средства могут планироваться на основе данных предшествующих периодов, установленных лимитов по отдельным статьям, творческих планов предстоящего периода, социальных факторов, смет затрат на содержание здания, транспорта и т.п., условий расчетов с посетителями, поставщиками, бюджетом.

Планирование внебюджетных средств может осуществляться в виде финансового плана, который составляется в виде баланса доходов и расходов.

Баланс доходов и расходов (финансовый план)

(тыс.руб.)

Показатели	2003 год		2004 год
	План	Факт	План

1. Доходы и поступления средств:

- 1.1. Реализация услуг.
- 1.2. Задолженность за невыполненные услуги.
- 1.3. Резерв предстоящих платежей.
- 1.4. Прочие доходы и привлеченные средства.

Итого доходов:

2. Расходы и отчисления:

- 2.1. Фонд накопления.
- 2.2. Фонд потребления.
- 2.3. резервный фонд.

Итого расходов:

3. Платежи в бюджет:

- 3.1. Налог на прибыль.
- 3.2. Налог на рекламу.
- 3.3. Другие.

Итого платежей в бюджет:

В разделе доходов от "реализации услуг" содержатся все доходы от предусмотренной уставом учреждения собственной деятельности, доходы от сдачи в аренду своего имущества в качестве дополнительного

источника финансирования для содержания и развития своей материально-технической базы.

В разделе доходов "задолженность за невыполненные услуги" указываются суммы, которые в течение планового периода находятся в распоряжении учреждения. Так, например, ряд учреждений культуры обслуживают посетителей по абонеентам, то есть средства поступают в одном отчетном периоде и сразу, а тратятся в течение другого периода и частями.

В разделе доходов "прочие доходы и привлеченные средства" указываются средства, поступившие от спонсоров, меценатов, дарителей и т.п.

В разделе расходов "фонд накопления" показываются средства, направляемые на расширение и развитие деятельности учреждения.

В разделе расходов "фонд потребления" - средства, направляемые на удовлетворение социальных и бытовых потребностей коллектива учреждения.

В разделе расходов "резервный фонд" или "страховой фонд" - средства предназначенные для компенсации недополучения доходов, вследствие наступления факторов риска.

При финансовом планировании необходимо учитывать периоды подъема и спада доходов. Взаимосвязь роста расходов по отдельным статьям и полученным доходам за период.

Изменения в системе финансового планирования учреждения культуры потребуют изменения в системе анализа финансово-хозяйственной деятельности учреждения, подготовки кадров экономистов, финансовых аналитиков, менеджеров стратегического планирования, изменений в структуре штатного расписания учреждения культуры.

Е. Н. Запорожцева

*Южно-Российский государственный
университет экономики и сервиса
г. Шахты*

УЧЕТНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ И АРЕНДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В теории и практике рыночной экономики земля, как известно, входит в состав основного капитала собственника, пользуется спросом, имеет цену и стоимость. Все это дает основание для отражения ее в системе бухгалтерского учета и бухгалтерской финансовой отчетности. Согласно сказанному, земельные ресурсы, как объект бухгалтерского учета, принимая во внимание некоторые его особенности, отражают, применяя практически все элементы метода бухгалтерского учета. С этой целью бухгалтерский учет обеспечивает: документальное подтверждение наличия земельного ресурса и его суммы на балансе или изменений, происходящих в нем в связи с изменением права распоряжения или права владения и пользования; применение двойной записи. Использование данного приема позволяет иметь информацию о стоимо-

сти земли в общей сумме и контролировать ее применение в случае принятия в распоряжение, покупки земель, их продажи или других случаев выбытия; отражение земельных ресурсов как внеоборотных активов. Наряду с другими внеоборотными активами сумма, отражающая стоимость земли, дополнит качественные параметры внеоборотных активов, и объективно будет характеризовать их уровень, что крайне необходимо для внешних пользователей потенциальных инвесторов.

Однако в отечественной практике многие вопросы учета земли остаются пока не решенными. Но с развитием рыночных отношений и с формированием рынка сельскохозяйственных земель ситуация меняется. Изученная нами практика, а также особенности учета земли в различных формированиях позволила выделить некоторые методологические подходы к учету использования земли: земля должна учитываться отдельно от стоимости зданий и сооружений, которые на ней расположены. Такие участки в аналитическом учете следует отражать отдельно. Качество земель под стройками, зданиями и сооружениями следует оценивать по качеству участков, на которых расположены материальные объекты; для ведения синтетического учета необходимо использовать группу синтетических счетов, предназначенных для отражения внеоборотных активов. В сельском хозяйстве может применяться отдельный синтетический счет, на котором учитываются земельные участки, их части и земельные доли; оценка земли является величиной неизменной, если сохраняется ее качество. Переоценка земли возможна лишь в условиях проявившихся стихийных бедствий или по решению государственных органов управления; участки, находящиеся в собственности организаций, учитываются в составе основных средств. Однако амортизация на землю не начисляется, так как земля при правильной хозяйственной ее эксплуатации не утрачивает свое плодородие. Такая практика отношения к амортизации земли имеет место в странах с рыночной экономикой; земля как основное средство сельскохозяйственного производства и объект бухгалтерского учета, который имеет свою стоимость, подлежит имущественному страхованию и учетному отражению этого процесса в соответствии с методами учета страховых отношений.

В настоящее время наибольшее распространение получила передача земельных участков в пользование организаций. В связи с этим появляется необходимость отражения в бухгалтерском учете такого объекта учета, как земельные участки, принадлежащие организации на праве пользования. Полученные в пользование участки целесообразно по нашему мнению учитывать на отдельных забалансовых счетах. Для этих целей возможны счета 016 основные средства в постоянном пользовании и 017 основные средства в срочном пользовании.

Земельные участки, полученные в постоянное пользование, могут быть переданы в аренду или срочное пользование другим лицам. При этом в бухгалтерском учете постоянного пользователя земли должно быть произведено списание с забалансового счета 016 основные средства в постоянном пользовании на забалансовые счета 021 основные средства переданные в аренду либо 017 основные средства в срочном пользовании. На наш взгляд, такой порядок бухгалтерского учета земельных

участков и прав на них будет способствовать упорядочению учета операций, связанных с земельными участками, созданию единой системы учета земли в различных формированиях, регистрации земельных участков.

Отражение в системном бухгалтерском учете земли даст ее собственнику возможность более обоснованно ориентироваться в экономических возможностях и искать пути более эффективного ее использования. Все это означает, что переход экономики России на применение рыночных принципов требует отражения земли в бухучете как основного средства производства.

Л.В. Иваненко
*Самарский муниципальный
институт управления*

К ВОПРОСУ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА

Качество жизни в городе в значительной степени зависит от качественных характеристик состояния городской среды.

Улучшение городской среды невозможно без дальнейшего развития жилищно-коммунального хозяйства.

В настоящее время жилищно-коммунальное хозяйство как отрасль городской экономики является самой перспективной отраслью, которая напрямую связана с бюджетными расходами, дотациями, льготами. ЖКХ - это жизненно необходимые услуги, это самый большой рынок, мощнейшая сфера для привлечения инвестиций, различных инноваций, совершенствования качества предоставляемых услуг.

Соответственно нормальное функционирование и развитие ЖКХ в современных рыночных условиях требует непрямого создания конкурентной среды в сфере управления, содержания и эксплуатации жилого фонда и других объектов коммунального хозяйства.

Управление и обслуживание жилья как виды деятельности долгое время были монополизированы государством, что объясняется доминированием в те годы государственной формы собственности на жилье.

Наиболее адекватным механизмом организации услуг по управлению и обслуживанию жилья являются конкурентные торги по отбору поставщиков этих услуг, которые позволяют наиболее полно использовать предпринимательский потенциал и создать условия соперничества между поставщиками.

Торги представляют собой традиционную, широко распространенную форму заключения сделок, при которой стороны ведут переговоры о цене товара или услуги до момента совершения сделки. В результате продавцы и покупатели либо заключают сделки на условиях, которые каждая из сторон считает выгодными или, по меньшей мере, приемлемыми, либо сделки не заключаются вообще. Таким образом, в общем смысле под торгами понимается форма заключения сделки, предусматривающая предварительные переговоры сторон об условиях сделки с

целью достижения баланса интересов обеих сторон. В соответствии с Гражданским кодексом РФ торги могут проводиться в двух формах: аукцион и конкурс. Аукцион представляет собой публичную распродажу, при которой покупателем становится тот, кто предложил самую высокую цену. Конкурс подразумевает заключение сделки с тем из участников, который, по определению специально назначенной заказчиком комиссии, предложил наилучшие условия.

Таким образом, инструментом формирования конкурентной среды служит конкурс, суть которого состоит в приглашении хозяйствующих субъектов любых форм собственности к участию в торгах для заключения договоров на поставку товаров, выполнение работ или услуг для государственного (или муниципального) сектора, которые традиционно этим сектором производились. Преимущество перехода от государственной монополии к конкуренции заключается в том, что появляется возможность, не увеличивая расходы городского бюджета на эти цели, добиться улучшения качества работ, более рационального расходования имеющихся средств и даже их экономии.

Проведение конкурса нацелено на получение наибольшего экономического эффекта от конкурса и предполагает размещение заказа за наименьшую цену при условии обеспечения надлежащего качества исполнения заказа. Следовательно, основными критериями отбора победителя должны быть цена и качество. Кроме того, соблюдение этого принципа требует минимизации расходов на проведение самих торгов.

В сфере управления ЖКХ выделены пять основных типов заказов, размещаемых на конкурсной основе: 1. заказы на управление жилищным фондом; 2. заказы на комплексное обслуживание жилья; 3. заказы на отдельные виды работ и услуг по содержанию жилья; 4. заказы на восстановление жилых зданий; 5. заказы на поставку товаров.

Наибольший интерес представляют заказы на комплексное обслуживание жилья. Их целью является обеспечение надлежащего уровня технического санитарного состояния жилых зданий и прилегающих территорий, создание безопасных и благоприятных условий проживания населения. Предмет торгов - право на выполнение работ по техническому обслуживанию, санитарному содержанию и текущему ремонту жилых домов и придомовых территорий, оформление в виде договора подряда. Заказчиком в данном случае выступает либо собственник жилого фонда, либо уполномоченный собственником управляющий (государственная или муниципальная служба заказчика, частная управляющая компания, правление ТСЖ или ЖСК, иные юридические и физические лица). Потенциальные исполнители заказа - предприятия любых организационно-правовых форм, имеющие соответствующие лицензии. В итоге конкурсного размещения заказа с победителем заключается договор подряда на техническое обслуживание, санитарное содержание и текущий ремонт жилищного фонда.

В городе управление жилищно-коммунальным хозяйством осуществляется с помощью Департамента жилищно-коммунального хозяйства, усилиями которого созданы условия для демополизации в сфере ЖКХ, что в свою очередь должно способствовать формированию конкурентной среды.

По Уставу г. Самары для оптимальной организации управления территория города подразделяется на административно-территориальные единицы. К ним относятся девять районов города со своей системой содержания и эксплуатацией жилищного фонда: Железнодорожный, Кировский, Красноглинский, Куйбышевский, Ленинский, Октябрьский, Промышленный, Самарский, Советский.

В ведении администрации городского района находится управление районным, муниципальным жилищным фондом. Непосредственно этим занимается структурное подразделение администрации - комитет по жилищно-коммунальному хозяйству и обслуживанию населения района (КЖКХ и ОН). Также комитет занимается координацией деятельности обслуживающих организаций и предприятий.

КЖКХ и ОН предназначен для выполнения функций заказчика по комплексу работ жилищно-коммунального обслуживания. Комитет по управлению имуществом передает КЖКХ и ОН по договору право оперативного управления муниципальным жилищным фондом и нежилым фондом (включая внутриквартальные и придомовые территории).

КЖКХ и ОН свою деятельность осуществляет на принципах двойного подчинения: административное подчинение главе администрации района и прямое подчинение - Департаменту жилищно-коммунального хозяйства г. Самара.

В Департаменте ЖКХ было разработано положение о конкурсном комитете, на основании которого в 1997 году организовали конкурсный комитет. Организацию конкурсного отбора осуществляет специальное подразделение Департамент ЖКХ - отдел по договорам и проведению конкурса. Тендеры проводятся для решения самых разнообразных проблем, возникающих в процессе эксплуатации жилого и нежилого фондов. За период существования комитета было проведено 98 тендеров, причем экономический эффект составил более 24 млн. руб. Для того огромного города, как Самара, необходимо проводить еще большее число конкурсных торгов, открытых аукционов и тендеров не только на уровне городского Департамента ЖКХ, но и на уровне районных администраций с целью приближения организаторов торгов непосредственно к предприятиям, участвующим в конкурсе. К сожалению в городе отмечается низкое качество содержания жилищного фонда и других объектов коммунального хозяйства. Решить эту сложнейшую проблему можно только с помощью рынка, а конкуренция - основной элемент рыночных отношений.

* * *

1. Жуков Д.М. Экономика и организация жилищно-коммунального хозяйства города: Учеб пособие. М., 2003.

2. Боголюбов В.С., Васильева Н.В. Совершенствование экономических отношений в жилищной сфере: Учеб. пособие. СПб., 1999.

И. В. Иванов
Филиала "Тольяттинский"
"Газбанка"

ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ РЕГИОНА: ИНВЕСТИЦИОННЫЙ АСПЕКТ

Финансовые ресурсы региона - достаточно сложное понятие, которое перспективнее рассматривать под разными углами зрения.

Финансовые ресурсы региона очень часто отождествляют с понятием региональные финансы и определяют их главными составными частями: региональный бюджет, средства предприятий на развитие региональной инфраструктуры, региональные внебюджетные фонды.

Здесь возможно проводить некоторую параллель между финансовыми ресурсами региона и финансовыми ресурсами предприятия, где последние представляются как денежные средства предприятия, имеющиеся в его распоряжении и предназначенные для финансирования затрат по расширенному воспроизводству, выполнения финансовых обязательств и экономического стимулирования работников¹.

Ряд авторов под финансовыми ресурсами понимают совокупность денежных средств, находящихся в распоряжении населения, хозяйствующих субъектов, государства и органов местного самоуправления².

Приведенные определения не являются взаимоисключающими, они скорее дополняют друг друга. Все это в конечном итоге и позволяет более глубоко осознать значение и роль финансовых ресурсов региона в инвестиционном плане.

Современные исследования показывают, что корпорации (нефинансовые) исторически являются крупнейшими сберегателями, создавая примерно 60% национального инвестиционного фонда в развитых странах. Личный сектор обеспечивает примерно 20-30% всех сбережений³.

Общепризнанно, что жизнеспособность и процветание любого бизнеса, любой социально-экономической системы в значительной степени зависит от рациональной инвестиционной политики. Мы согласны с мнением ряда авторов, что инвестиция это всегда изменение, осознанное отклонение от рутинного течения, попытка заглянуть в будущее⁴. И в таком контексте, роль финансовых ресурсов региона патронируемых государством должна влиять на инвестиционную привлекательность хозяйствующих субъектов.

Мировой опыт стран с развитой рыночной экономикой свидетельствует, что в условиях реформирования экономики, в кризисных ситуациях роль государства возрастает, а в условиях стабильности и оживления - снижается, но никогда не прекращается.

Более того, в настоящее время основополагающие моменты регионального аспекта инвестиционных процессов в экономике России в контексте финансовых ресурсов региона, его привлекательности, по наше-

¹ Финансы и кредит: Учеб. пособие / Под ред. Т.М.Ковалевой. Самара: Изд-во Самар. гос. экон. акад., 2002. С. 283.

² Финансы в вопросах и ответах / С.А. Белозеров, В.В. Иванов, В.В. Ковалев и др. М.: ТК Велби: Проспект, 2003. С. 7.

³ Алехин Б.И. Рынок ценных бумаг. Введение в фондовые операции. М., 1991. С. 22-23.

⁴ Инвестиции: Учеб. / Под ред. В.В. Ковалева В.В. Иванова, В.А.Ляпина. М.: ТК Велби, 2003. С. 4.

му мнению, относятся: производственный рост и накапливаемый финансовый потенциал с инвестиционно-инновационным потенциалом.

Значимость заключается и в наличие организационного ресурса: поддержка ОМС, администрации городов и поселков, законодательная база инвестиционного процесса и т.д. Не менее значимой остается поддержка инвестиционной деятельности населением.

Как известно, зарубежных инвесторов интересуют только экономически выгодные и быстро окупаемые проекты. В этом, несомненно, помогает инвестиционно-инновационный потенциал региона.

Наиболее актуальными проблемами по формированию финансовых ресурсов региона и развития инвестиционно-инновационного потенциала региона в настоящее время являются:

- обеспечение качества и обоснованности инвестиционных проектов;
- повышение уровня и эффективности менеджмента;
- дальнейшее совершенствование механизма взаимодействия с потенциальными и уже привлеченными инвесторами;
- развитие информационной среды в интересах товаропроизводителей региона;
- повышение культурного и образовательного уровня населения.

Не все регионы Поволжья является инвестиционно-привлекательными территориями, не только для отечественных инвесторов, но и для западных деловых кругов.

Необходимо создать такие условия иностранным инвесторам, при которых у них появилось желание организовать свой бизнес. Актуально это и для Самарской области. Например, для выхода на Европейский уровень предприятиям области необходимо не только перевести свой бухгалтерский учет на международные нормы, но и провести стандартизацию предприятий на ISO-9000, ISO-9001, что является хорошим шагом сближения между деловыми партнерами.

Следует отметить управленческие инициативы губернатора Самарской области К.А. Титова. Они приводят к тому, что с все больше иностранных миссий посещают область, видя в ней перспективы, тем самым, повышая ее региональный финансовый ресурс и инвестиционный потенциал.

У.И. Иванов

*Самарская гуманитарная академия
г. Тольятти*

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ, РЕАЛИЗУЮЩИЕ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ОПТИМИЗАЦИЮ

Использование современных информационных технологий обеспечивает удешевление работ по созданию материалов с заданными свойствами при сокращении сроков разработки. Центральным пунктом при переработке многокомпонентных смесей являются математические модели процессов по всему циклу от месторождения до многокомпонентного изделия с заданными свойствами. Корректная (в смысле научных и

методических представлений) математическая модель, построенные и программно реализованные алгоритмы существенно ускоряют разработку, отладку аппаратов и технологического процесса, используются для технико-экономической оптимизации при эксплуатации. В крупнотонажном производстве работают аппараты большой единичной производительности с мощным энергоподводом, что обуславливает интенсивную турбулентность, следовательно, все технологические процессы сугубо стохастические. Соответственно, математические модели процессов фундаментально стохастические, вычисление параметров которых требует оперативного использования современной вычислительной техники и современного программного обеспечения для максимизации экономических результатов.

Требования к качеству продуктов весьма многопараметричны. Качество продукта в процессе классификации определяется по существу энергетическим спектром и структурными особенностями политурбулентности, а также граничными условиями (пространственными и временными). Описывается качество процесса несколькими десятками размерных и безразмерных комплексов, связанных в основном с потребительским качеством полученных в результате классификации продуктов. На основе тензора турбулентного переноса можно строить описание процесса переноса массы различных классов частиц в турбулентном потоке. Следует отметить существенно не скалярный характер процесса, т.к. компоненты тензора различаются между собой в два, три раза. Ввиду неполной информации о турбулентном спектре на завершающих этапах расчета необходимо проводить нормировочные операции.

Разработана математическая модель процесса классификации, программная реализация расчета многопродуктового процесса классификации схематично состоит из следующих модулей:

- определение параметров распределения Колмагорова;
- определение граничного зерна;
- определение расстояния между первыми моментами распределения;
- определение нормальной безразмерной взаимозасоренности;
- расчет содержания примесей;
- преискурантное определение товарных продуктов;
- вычисление технологических показателей;
- определение качественных характеристик продуктов.

Основные узлы математической модели следующие: определение параметров распределения Колмогорова после перехода от фракционных масс к парциальным и накопленным остаткам; определение параметров кривой распределения на основе наибольшего линейного приближения в логарифмически нормальных координатах; определение потенциалов распределения и граничных зерен; нормирование фракций; построение кривой зернового состава посредством нормирования высот площадей гистограммы; расчет содержания примесей для каждого продукта.

На основе программно полученных данных о составе продуктов подготавливается оценка полученных продуктов и качества технологического процесса. В отношении продукта проводится сопоставление с

требованиями стандарта по содержанию фракций, модулю крупности, количеству примесей. Эта процедура выполняется в логических цепях. Границы между группами и сортами товарных продуктов (по модулю крупности, содержанию, примесей и т.д.) являются параметрами, предопределяющими ветвление в алгоритме программы. В программе обеспечено сопоставление всех параметров, оговоренных техническими условиями, и в результате анализа продукт относится к фиксированной стандартами группе по качеству и цене.

Качество технологического процесса определяется на основе сопоставления качества всех полученных продуктов и по критериям максимизации экономического результата. Количественные показатели процесса классификации являются вспомогательными относительно основных экономических показателей - выхода товарных продуктов и их качества (цены) - и помогают оптимизировать конструктивные и режимные параметры классифицирующих аппаратов для получения оптимальных результатов.

Методы расчета на стадии разработки, пуска наладки и эксплуатации в основе своей едины, но имеют некоторые отличия в компоновке входных и выходных данных. На стадии эксплуатации контрольные расчеты позволяют оптимизировать процесс классификации при изменяющемся качестве сырья по блокам, горизонтам, участкам путем корректировки режимов.

Обеспечить высокую экономическую эффективность при варьирующемся составе сырья и сложном технологическом процессе удастся на основе использования современных информационных технологий в разработке техники и технологического процесса от момента разработки математической модели до промышленной эксплуатации.

Н.А. Игошина

*Самарская государственная
экономическая академия*

СТРУКТУРНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ОБЪЕКТОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Современная бухгалтерская терминология в последнее время заметно пополнилась, но не всегда однозначно трактуется в нормативных документах, научном и практическом обороте. Актуальной становится унификация и стандартизация используемых терминов. Например, гражданский кодекс, акционерное законодательство и другие нормативные источники часто оперируют понятием финансовой отчетности. В то же время в большинстве документов Министерства финансов РФ используется понятие бухгалтерской отчетности. На наш взгляд нельзя рассматривать эти понятия просто как синонимы исходя из того, что они взаимно могут раскрывать сами себя. Так, структура бухгалтерского баланса во многом определяется финансовыми интересами пользовате-

лей информации, а сам он дает непосредственную характеристику финансового состояния организации.

Однако использование тонких инструментов управления экономическим потенциалом предприятия требует различать понятия финансовой и бухгалтерской отчетности на базе особенностей раскрытия системных данных бухгалтерского учета, ориентированных на финансовые интересы лиц, полномочных принимать деловые решения. Другими словами, бухгалтерская отчетность призвана, прежде всего, показывать внутреннюю логику и качество организации бухгалтерского дела. Она раскрывает структуру объектов бухгалтерского учета с позиций его методологической базы. Финансовая отчетность, хотя речь идет об одних и тех же формах, предназначена для обслуживания механизмов соблюдения финансовых интересов пользователей информации о конкретном предприятии.

Исходя из сказанного становится понятным насколько важно правильно структурировать, например, такой важный собирательный объект бухгалтерского учета как имущество организации. Определяющим признаком здесь должны быть особенности конкретного вида имущества в формировании финансовых результатов организации. В свою очередь последние должны полно характеризовать для всех заинтересованных лиц получаемые ими экономические выгоды т.е. не столько прибыль от операций, сколько соответствующие ее формы.

Собственный капитал также должен быть структурирован таким образом, чтобы давать сведения об изменении финансового положения собственника в рамках коммерческой организации (как наиболее приоритетного заинтересованного лица).

Денежные средства должны раскрывать обособленно информацию о дополнительных финансовых внешних источниках по их поступлению и расходованию в связи с исполнением обязательств организации по отношению к заинтересованным в делах организации лицам, а также в связи с инвестиционной деятельностью.

Помимо системно формируемых данных на счетах бухгалтерского учета финансовая отчетность должна содержать также внесистемные показатели, имеющие существенное значение для принятия финансовых решений и оценок, например, в виде натуральных показателей - среднегодовое число акций в обращении, распределение акций по типам и классам, сроки заимствования средств, величины годовых процентных ставок (купонных, торговых скидок, учетных ставок) и т.п..

Финансовая отчетность тесно связана с финансовым учетом организации. Последний рассматривается как одна из разновидностей бухгалтерского учета, имеющая целью систематизировать принятые к учету данные в виде, пригодном для составления финансовой отчетности. К сожалению, не всегда кредитовые и дебетовые обороты по счетам финансового учета и созданные на их основе сводные регистры (например, Главная книга) могут стать непосредственной основой формирования финансовой отчетности. С точки зрения техники ее составления, необходимо обеспечить взаимосвязь данных аналитического и синтетического финансового учета с отчетными показателями, сформированными в формате финансовой отчетности.

Можно признать, что система показателей бухгалтерского учета и отчетности, ориентированная на раскрытие информации для внешних пользователей в связи с достижением ими своих экономических интересов, а также для оценки эффективности их менеджмента и стратегического управления организаций, называется финансовой отчетностью лишь для краткости обозначения такого контекста данных.

Для создания привлекательного инвестиционного климата конкретной организации требуется также адаптация ее бухгалтерского учета и отчетности к требованиям фондового рынка, т.е. формирование периодической (промежуточной) и годовой фондовой (биржевой) отчетности как разновидности финансовой отчетности. Это может привести к пересмотру не только сложившихся представлений об элементах форм отчетности, но и содержания требований сопоставимости отчетных показателей, например, не за два смежных года, а за ряд лет - для составления финансового обзора как составной части годового финансового отчета, а также формирования отчетных показателей со скользящей отчетной датой.

Уровень экономического потенциала организации также определяется рациональным структурированием объектов управленческого учета, который представляет собой систему данных, накапливаемых на счетах бухгалтерского учета для целей внутрифирменного планирования, калькулирования, бюджетирования, нормирования, стандартизации и т.п. внутренних задач управления организацией. Представленная в таком контексте бухгалтерская информация служит основой для составления внутренней отчетности организации, а также внутренней системы управления деятельностью фирмы.

В итоге бухгалтерский учет становится системно сформированной на его счетах базой данных, нейтральной и равноудаленной с точки зрения финансовых интересов пользователей.

В.А. Ильяшенко
ОАО "АВТОВАЗ"
г. Тольятти

ЛИЗИНГ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В условиях развития рыночных отношений в России и необходимости реконструировать материально-техническую базу производства, как средство достижения этой цели, большое значение приобретают арендные операции, в частности лизинг, как форма предпринимательской деятельности, отвечающая требованиям научно-технического прогресса и позволяющая решить финансовые проблемы, связанные с внедрением новейших технологий или закупкой современного оборудования.

Лизинг формирует новые, более мощные мотивационные стимулы в предпринимательстве. Он открывает широкий простор для инициативы и предприимчивости, рационального использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов, предоставляет шанс предприимчиво-

му человеку стать реальным хозяином несобственных средств производства, который самостоятельно принимает технические, технологические и организационные решения с полной экономической ответственностью за их последствия и получением за это соответствующей маржи. Привлекательность лизинговых услуг состоит также и в том, что применение их в хозяйственной практике позволяет начинающим предпринимателям открыть или значительно расширить собственное дело даже с весьма ограниченным оборотным капиталом. Предприятиям же, которые имеют значительный оборотный капитал, лизинговые услуги позволяют избегать дополнительных соглашений и обязательств по кредитным и финансовым линиям, заключив договор в приемлемой для себя форме с одной лизинговой компанией.

При использовании лизингового механизма имеющиеся у предпринимателя денежные средства можно направить, например, на закупку необходимого сырья, а лизинговые выплаты осуществлять из прибыли, полученной в результате эксплуатации арендуемого оборудования. Эффективность многостороннего воздействия лизинга на экономику определяется тем, что он одновременно активизирует инвестиции частного капитала в сферу производства, улучшает финансовое состояние непосредственных товаропроизводителей и повышает конкурентоспособность малого и среднего отечественного бизнеса.

В настоящее время, идет бурное развитие арендных операций. Объясняется это тем, что они позволяют их участникам получать экономические преимущества по сравнению с приобретением товаров в кредит: для производителей - дополнительная возможность сбыта продукции на внутренних и внешних рынках, для потребителей - возможность обновлять оборудование без единовременной мобилизации значительных финансовых средств на его приобретение. Хотя лизинг во многих странах мира давно получил широкое распространение и считается более целесообразным способом организации предпринимательской деятельности, даже по сравнению с ведением ее на основе частной собственности, в России все еще определяются пути и формы его развития в многоукладной экономике.

В настоящее время основная часть мирового рынка лизинговых услуг сконцентрирована в "треугольнике" США - Западная Европа - Япония. В США, например, годовой объем лизинговых операций в 80-е - начале 90-х годов возрастал на 15% и составил в 1989 г. около 115 млрд. долл. Это немногим менее одной трети совокупных годовых инвестиций в основные фонды. В Японии за период 1981 - 1990 гг. объем этих сделок имел шестикратный рост и достиг 64 млрд. долл. Характерно, что в эти годы ни одна отрасль японской экономики не имела такой динамики роста. При этом необходимо учитывать, что лизинг поступательно развивается.

Доля инвестиций в оборудование, сдаваемое в аренду, в общих промышленных капиталовложениях в странах Западной Европы также внушительна. Значение этого показателя в конце 80-х годов в Великобритании, например, достигло 20%, ФРГ - 15%, Франции - 17%. Один из наиболее высоких показателей в мире характерен для Австралии - 33%. Интересен тот факт, что отмена в США, Англии и Австралии в

середине 80-х годов налоговых льгот на инвестиции в оборудование, сдаваемое в аренду, практически не оказала особо ощутимого негативного влияния на темпы развития отрасли.

В условиях кризиса, что характерно для российских предприятий, когда многие предприятия не могут осуществлять крупных вложений финансовых средств в техническое обновление и интенсификацию производства, стала очевидной необходимость значительного повышения роли лизингового бизнеса, позволяющего привлечь дополнительные частные инвестиции для развития производственной сферы и поддержки отечественного производства всех форм собственности, в первую очередь занятых малым и средним предпринимательством. Заключая лизинговые соглашения, российские предприятия реально могут сделать свои инвестиционные проблемы эластичнее, используя преимущества лизинговых сделок, к примеру:

- гибкость и периодичность лизинговых платежей;
- дополнительный источник финансирования в полном объеме по фиксированным ставкам (защита лизингополучателя от инфляционных процессов и увеличения стоимости капитала);
- ускоренная амортизация оборудования;
- налоговые льготы (отнесение лизинговых платежей на себестоимость продукции лизингополучателя и, соответственно, снижение налогооблагаемую прибыль, производить двойную амортизацию оборудования (используя несовершенство законодательства в данном вопросе), использование преимущества по налогу на прибыль);
- использования преимуществ забалансового учета имущества.
- универсальность применения лизинговой сделки для предприятий, имеющих затруднения в административно-правовыми инструментами регулирования, к примеру во внешнеэкономической деятельности, коммерческой деятельности и т.п.

Однако, как и любое экономическое явление, лизинг может иметь и негативные последствия:

- в результате научно-технического прогресса используемое имущество морально устаревает (особенно касается оргтехники, электроники, бытовой и мультимедийной техники), в то время как лизинговые платежи не прекращаются до окончания контракта;
- стоимость лизинга может быть больше соответствующей ссуды, поскольку риск старения оборудования лежит на лизингодателе, что требует повышения комиссионных для компенсации;
- увеличивается сложность организации сделки.

В лизинг может быть вовлечена только часть имущества, которую нет возможности или нецелесообразно покупать на весь нормативный срок эксплуатации, и в этом его ограниченность. Может показаться недостатком и тот факт, что пользователь не становится собственником объекта лизинга, несмотря на многолетние выплаты денежных средств, но в данном случае внешняя сторона не содержит всей истины. Во-первых, для успеха предпринимательской деятельности важна не собственность на средства производства как таковая, а возможность эффективного использования этих средств. Во-вторых, лизинг не исключает приобретения арендатором права собственности на объект по истечении

срока договора или в любое обусловленное время. Хотя, конкретная оценка преимуществ лизинга может быть произведена с учетом индивидуальных особенностей каждого проекта в отдельности. Кроме того, она должна быть дополнена и анализом количественных показателей.

Наибольшее распространение на практике имеет прямой, экспортный, финансовый, срочный лизинг с полной выплатой, с привлечением заемных средств (рис. 1).

Между арендатором и арендодателем подписывается контракт (1), после чего арендодатель, специализированная лизинговая компания, приобретает у производителя товары (3) на деньги, полученные в кредит у банка (2). Компания приобретает товар в свою собственность и сдает его в пользование за арендную плату, причем поставку товара осуществляет производитель (4). После поступления платежей за аренду от арендатора (5) лизинговая фирма возвращает банку кредит (6). Арендатор (внешнеторговая фирма импортера) поставляет продукцию заказчику (7). Условия контракта могут предусматривать техническое обслуживание оборудования за счет лизинговой фирмы или производителя (8). При лизинге все виды страхования осуществляются самими арендаторами, поэтому лизинг называют финансовым.

Договоры аренды имеют следующие особенности, отличающие их от обычных договоров купли-продажи.

1. Оговаривается техническое состояние арендуемого оборудования, так как это влияет на размер платежей и право арендодателя его инспектировать в любое время.

2. Арендатор может включать в договор (контракт) право купли оборудования (после окончания срока договора) по остаточной стоимости.

3. В договор включается право арендатора продлить срок аренды или предполагается фиксированный срок аренды.

4. В договоре устанавливается базисный период, в течение которого контрагенты не имеют права расторгнуть контракт.

5. Предусматриваются различные штрафы за просрочку платежей, неправильную эксплуатацию оборудования, вплоть до возвращения оборудования лизингодателю и невозвращению им выплаченных взносов лизингополучателя, а также расторжение договора.

Стоимость аренды рассчитывается на основе конкурентных листов и с учетом остаточной стоимости возвращаемых машин и оборудования после окончания срока аренды, а также с учетом издержек арендодателя и планируемой им прибыли на вложенный капитал. Величина равномерных ставок определяется делением общей стоимости аренды на число платежей, а стоимость аренды - суммой цены товара, кредита, вознаграждения лизинговой фирме и остаточной стоимости оборудования (если оборудование возвращается арендодателю). Схема платежа за аренду оборудования зависит от договоренности сторон: либо это выплата фиксированной суммы по определенному графику, либо платеж с авансом, который предполагает внесение 15 - 20% стоимости оборудования при подписании контракта и выплату остальной суммы по графику. При этом платежи могут быть равномерными или ускоренными (более высокими в первые годы аренды).



Рис. Схема лизинговой операции

1. Горемыкин В.А. Лизинг. М., 1997.
2. Попов С.Г. Внешнеэкономическая деятельность фирмы. М., 2000.

Н.В. Карманников
ОАО "АВТОВАЗ"
В.А. Бердников, И. В. Иванов
Филиал Самарской государственной
экономической академии, г. Тольятти

КОНКУРЕНТНОЕ РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ КОРПОРАЦИЙ

Конкурентное развитие инвестиционной активности корпораций, по нашему мнению, характеризуются функционированием системы жизненного обеспечения территории, общим состоянием социально-экономического развития группы регионов на конкретную отчетную дату в сравнительном контексте.

В настоящее время, в сложившихся условиях хозяйствования, инвестиционная активность как российской экономики, так и региональной состоит в том, что для нее инвестиции превратились скорее в "биологическую" потребность, нежели источник роста. Статистически, обновление основных фондов снизилось с 1990 г. с 5,8 до 1,4%, что на несколько порядков ниже необходимого уровня. Выбытие основных фондов также уменьшилось за этот период с 1,8 до 1,0%, что также чрезвычайно мало¹.

Сопоставление приведенных цифр (низких темпов ввода и выбытия) свидетельствует о наличии негативных тенденций накопления и старения основных фондов. Последние отличаются высокой степенью изношенности, которая увеличилась с 38,6 в 1995 г. до 45,8% к началу 2001 г. Критически можно утверждать, что для национальной и региональной экономики такое

состояние катастрофично, ибо означает исчезновение объективных экономических предпосылок дальнейшего конкурентного развития.

На фоне реальной потребности конкурентного развития инвестиционной активности происходит весьма вяло и достаточно противоречиво. В целом за годы проведения реформ наблюдается тенденция снижения (см. рисунок).

Инвестиции в экономику достигли минимума к 1998 - 1999 г., и лишь затем начали расти, но медленно, без компенсации потерянного в предыдущий период. В настоящий момент компенсация износа стала приоритетом. Так, для 73% промышленных предприятий, принявших участие в обследовании инвестиционной активности (общая выборка - свыше 5 тыс.), основной целью текущего инвестирования являлась замена изношенной техники и оборудования, для 51% - автоматизация или механизация производственного процесса¹.

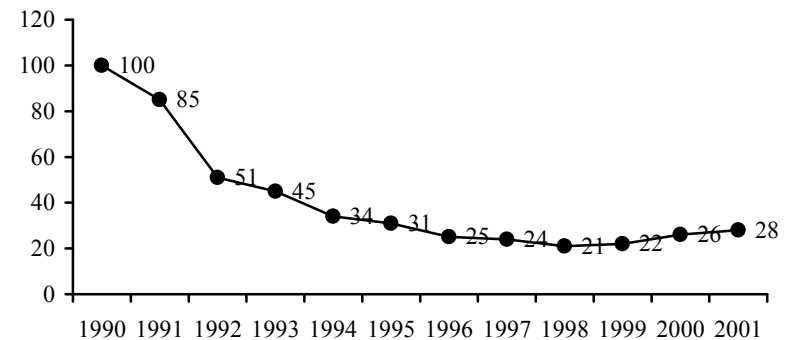


Рис. Индексы физического объема инвестиций в основной капитал, в % (1990 = 100%)

Уникальность момента состоит в том, что обновление капитала и его расширение отдано преимущественно на откуп самим предприятиям и организациям, а они предпочитают инвестиционный романтизм, связанный с вложениями в небольшие островные государства, как Кипр и Виргинские острова (Британия). Например, по статистике, Кипр занимает устойчивое лидирующее положение среди стран-инвесторов для нашей экономики.

В общем, динамическая составляющая инвестиционных процессов представляется сложной и противоречивой. Структурные же изменения содержат некоторые позитивные моменты.

Если сравнивать объем инвестиций в основной капитал, млрд. рублей на уровне регионов, то в Ассоциации "БОЛЬШАЯ ВОЛГА" (АБВ), в 2002 по объему инвестиций направляемых в основной капитал, в АБВ, в % к 2001 г., лидером является Республика Татарстан. Однако по соотношению роста процентного или его снижения лидирует Нижегородская область.

¹ Рыбак О. Основные тенденции инвестиционной активности // Экономический журнал. 2002. С.13.

¹ Рыбак О. Указ. соч. С.14.

Как в России, так и на регионах представляется благополучие и наблюдается процесс активизации иностранных инвестиций. По отчетным данным они увеличились с 2,9 млрд. долл. в 1995 г. до 14,3 млрд. долл. в 2001 г. По поступлениям иностранных инвестиций в 2002 г. млн. долл. США лидирует так же Татарстан.

Обращает внимание, что прямые инвестиции за этот период удвоились, тогда как "прочие" возросли в 10,6 раза, в том числе торговые кредиты - в 9,8 раза. Подобная структура иностранных инвестиций не в пользу отечественной экономики и развития производительных сил. Так доля прямых инвестиций, на уровне России, сократилась, причем взносы в капитал - материальная основа инвестирования - снизилась с 48,8 до 9,7% и, наоборот, доля кредитов, полученных от зарубежных совладельцев предприятий, увеличилась с 11,4 до 14,8% суммы иностранных инвестиций.

Как показывает анализ, формально удельный вес портфельных инвестиций незначителен. Однако складывается ситуация, когда иностранные инвестиции все больше приобретают кредитную направленность: если в 1995 г. в целом по России на кредитную составляющую приходилось 34,2%, то в 2001 г. - уже 83,4% общего объема иностранных инвестиций, т.е. произошел более чем двукратный рост их доли.

Это тревожные симптомы конкурентного развития инвестиционной активности корпораций.

А. Д. Касатов

*Самарская государственная
экономическая академия*

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА КОРПОРАТИВНЫМИ СТРУКТУРАМИ

В разработке и реализации инвестиционного проекта принимают участие ряд субъектов: фирмы, банки, корпоративные структуры, бюджеты разных уровней. Поступающий в распоряжение общества внутренний валовой продукт (ВВП) от реализации эффективных проектов затем делится между ними.

Наличие нескольких участников инвестиционного процесса предопределяет несовпадение их интересов, разное отношение к приоритетности различных вариантов проекта. Поступлениями и затратами этих субъектов определяются различные виды эффективности инвестиционного проекта. При этом следует иметь в виду, что позиции участников проекта находят отражение в исходной информации и формировании специфических потоков денежных средств для расчета показателей экономической эффективности. Поэтому у них могут не совпадать результаты оценки, а в конечном счете, и решения об их участии в проекте.

В отечественной литературе, в методических разработках выделяются следующие виды эффективности инвестиционных проектов:

1) эффективность проекта в целом;

2) эффективность участия в проекте.

Эффективность проекта в целом оценивается с целью определения привлекательности проекта для потенциальных инвесторов и поиска источников финансирования. Она включает в себя общественную эффективность проекта и коммерческую эффективность проекта.

Общественная эффективность характеризует социально-экономические последствия осуществления проекта для общества в целом, в том числе как непосредственные результаты и затраты проекта, так и "внешние": затраты и результаты в смежных секторах экономики, экономические, социальные и иные внеэкономические эффекты.

"Внешние" эффекты рекомендуется учитывать в количественной форме при наличии соответствующих нормативных и методических материалов. В отдельных случаях, когда эти эффекты весьма существенны, при отсутствии указанных документов допускается использование оценок независимых квалифицированных экспертов. Если "внешние" эффекты не допускают количественного учета, следует провести качественную оценку их влияния.

Коммерческая эффективность проекта характеризует экономические последствия его осуществления для участника, реализующего его инвестиционный проект, исходя из весьма условного предположения, что он производит все необходимые для реализации проекта затраты и пользуется всеми его результатами.

Эффективность проекта в целом характеризует с экономической точки зрения технические, технологические и организационные проектные решения.

Эффективность участия в проекте определяется с целью проверки реализуемости инвестиционного проекта и заинтересованности в нем всех его участников.

Этот вид эффективности называют также эффективностью для собственного (акционерного) капитала по проекту. Эффективность участия в проекте включает такие виды:

- эффективность участия предприятий в проекте;
- эффективность инвестирования в акции предприятия;
- эффективность участия в проекте структур более высокого уровня по отношению к предприятиям - участникам инвестиционного проекта, в том числе:
 - региональную и народнохозяйственную эффективность - для отдельных регионов и народного хозяйства РФ;
 - отраслевую эффективность - для отдельных отраслей народного хозяйства, финансово-промышленных групп, объединений, предприятий и холдинговых структур;
 - бюджетную эффективность проекта - эффективность участия государства с точки зрения расходов и доходов бюджетов всех уровней.

Как уже было показано выше, эффективность участия в проекте корпоративных структур в методической литературе оценивается отраслевой эффективностью.

Учитывая, что отрасль и корпоративные структуры относятся к различным сферам экономики, целесообразно оценивать эффективность участия в проекте корпоративных структур оценивать корпоративной эффективностью. Тем более, что корпоративные структуры в отличие от отрасли могут носить не только национальный, но и транснациональный характер.

Поэтому влияние реализации проекта на затраты и результаты соответствующей корпоративной структуры характеризуются показателями корпоративной эффективности. При расчете этих показателей с учетом методических разработок и ст. 252 гл. 25 Налогового кодекса РФ необходимо:

во-первых, учесть влияние реализации проекта на деятельность других предприятий и организаций данной корпорации (косвенные корпоративные финансовые результаты проекта);

во-вторых, в составе затрат предприятий и организаций - участников не учитывать отчисления и дивиденды, выплаченные ими в корпоративные фонды;

в-третьих, не учитывать взаиморасчеты между входящими в корпорацию предприятиями и организациями - участниками;

в-четвертых, не учитывать проценты за кредит, представляемый корпоративными фондами предприятиям и организациям корпорации - участникам проекта.

Расчеты показателей оценки корпоративной эффективности производятся с учетом общепринятых методических рекомендаций по оценке эффективности инвестиционных проектов.

Норма дохода, используемая для оценки эффективности с позиции корпоративных структур по отношению к непосредственным участникам проекта, выбирается этими структурами. Такая норма дохода должна отражать их специфические требования к отдаче инвестиций. Принципиальные методические приемы к обоснованию нормы дохода корпоративной структуры такие же, как и при обосновании нормы дохода для оценки коммерческой эффективности и эффективности собственного (акционерного) капитала, но с учетом внутрикорпоративных требований.

А. Д. Касатов

*Самарская государственная
экономическая академия*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕТОДОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КОРПОРАЦИИ

После 10 лет проведения экономических реформ наступил новый этап развития российского бизнеса, который имеет ряд характерных признаков.

Во-первых, в основном завершена приватизация крупных компаний. Во-вторых, претерпела значительные изменения законодательная база, регламентирующая предпринимательскую деятельность на территории РФ. В-третьих, произошел "перedel" рынков между крупными корпоративными структурами.

В середине 90-х годов начали создаваться корпоративные объединения типа ассоциаций, холдингов, финансово-промышленных групп (ФПГ). Толчком к активизации создания финансово-промышленных

групп стал Закон РФ №190-ФЗ от 30 ноября 1995г. "О финансово-промышленных группах".

Новый этап развития корпоративных форм управления характеризуется созданием крупных интегрированных корпоративных структур национального масштаба. Примером в этом отношении может служить слияние компании "ЮКОС" с компанией "Сибнефть". И этот процесс далек от своего завершения.

Суть объединения компаний в интегрированные корпоративные структуры состоит в появлении эффекта синергии. В деловой литературе данное понятие также называется эффектом << 2 + 2 = 5 >> для того, чтобы подчеркнуть, что компания ищет такие товарно-рыночные комбинации, в которых эффект от суммы больше, чем сумма эффектов составных частей.

В этом случае побудительными мотивами повышения экономической эффективности в деятельности корпорации являются:

1. Получение экономии на масштабах производства.
2. Диверсификация сферы деятельности.
3. Экономия на транзакционных издержках.

Эффект от синергии можно представить в следующем виде:

$$C_t = [\Delta(PN)_t + \Delta(PA)_t + \Delta(EE)_t] - [\Delta I_t + \Delta T_t + I_0],$$

где: t - расчетный период времени;

C_t - эффект в период времени после слияния (поглощения);

$\Delta(PN)_t$ - расчетная дополнительная прибыль от расширения масштабов производства;

$\Delta(PA)_t$ - расчетная дополнительная прибыль от снижения риска за счет диверсификации деятельности корпоративной структуры;

$\Delta(EE)_t$ - экономия от снижения производственных и транзакционных издержек;

ΔI_t - дополнительные инвестиции на реконструкцию и расширение;

ΔT_t - прирост (экономия) налоговых платежей;

I_0 - инвестиции в начальный момент слияния (поглощения).

Специфика создания корпораций в России состоит в необходимости объединения промышленного потенциала и финансового капитала и, тем самым, концентрации инвестиционных ресурсов с целью преодоления износа основных фондов в промышленности и их обновления. Согласно статистических данных износ основных фондов в целом по промышленности составляет 50%, а в отдельных отраслях - 60-70%. Средний возраст оборудования составил в 2001 г. - 19,4 года, тогда как в 1990 г. - 10,8 года.

Решение данной проблемы связано прежде всего с повышением качества и конкурентоспособностью отечественной продукции по сравнению с зарубежными аналогами, а это имеет для России в современных условиях актуальное значение.

Те вышеуказанные преимущества, которые имеет корпорация перед самостоятельно работающим в рыночных условиях промышленным предприятием должны быть претворены в жизнь в процессе формирования и реализации ее инвестиционной стратегии.

Инвестиционная стратегия является составным разделом или направлением общеэкономической стратегии развития корпорации. Она носит по отношению к общеэкономической стратегии подчиненный характер и должна с ней согласовываться по целям, этапам и срокам реализации.

Основные этапы процесса формирования инвестиционной стратегии корпорации можно представить в виде следующей схемы (см. рисунок).

Эта схема показывает, что разработке инвестиционной стратегии предшествуют этапы формирования общеэкономической стратегии. Сущность инвестиционной стратегии состоит в определении приоритетных направлений инвестиционной деятельности корпорации и привлечении инвестиционных ресурсов для достижения долгосрочных целей экономического развития. Таким образом, инвестиционная стратегия выступает как средство материализации стратегических решений по линии создания для этого необходимых материально-технических и финансовых предпосылок, т.е. инвестиционная стратегия должна быть ориентирована на реализацию возможных вариантов решения стратегических задач, обеспечивающих достижение избранных целей развития корпорации.



Рис. Основные этапы формирования инвестиционной стратегии корпорации

К таким целям следует отнести:

- максимизацию прибыли;
- удержание позиций на рынке;
- увеличение доли на рынке;
- снижение производственных затрат и т.д.

Подобные цели определяет высший менеджмент корпорации.

После того, как сформированы цели развития корпорации на долгосрочную перспективу, следует определить перечень конкретных задач, решение которых объективно необходимо для достижения таких целей.

Для решения подобных вопросов на Западе широко распространены различные методики первичного стратегического анализа. К таким методикам следует отнести матрицу SWOT-анализа, матрицу CNW-анализа, матрицу Хоффера-Шенделя и др.

Методологии первичного стратегического анализа дают возможность научно обосновать, с одной стороны, пути реструктуризации задач стратегического развития корпорации, а с другой - меры по их решению.

Тем самым это позволяет сформировать общеэкономическую стратегию развития корпорации. Последний этап формирования общеэкономической стратегии корпорации, а именно, определение мер по решению стратегических задач, является одновременно исходным моментом в разработке ее инвестиционной стратегии.

При формировании инвестиционной стратегии корпорации предпочтение следует отдавать тем инвестиционным решениям, которые характеризуются высокой экономической эффективностью.

Для этой цели можно применить при наличии ограниченного набора сведений такие показатели экономической эффективности как норма прибыли и срок окупаемости инвестиций.

$$\text{Норма прибыли} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Инвестиции}}$$

$$\text{Срок окупаемости инвестиций} = \frac{\text{Инвестиции}}{\text{Прибыль}}$$

Недостатком этих показателей является то, что при расчете не учитываются вся продолжительность жизни создаваемого и реконструируемого объекта и те доходы и затраты, которые будут иметь место за весь жизненный цикл инвестиционного проекта.

Тем не менее эти методы широко используются для оценки экономической эффективности в условиях ограниченной информации на предварительных стадиях технико-экономического обоснования инвестиционных решений.

Руководствуясь этими показателями можно отобрать самые привлекательные для включения в перспективный план мероприятия и проанализировать их с позиции экономической эффективности. Формирование инвестиционной стратегии является только первым этапом планирования инвестиционной деятельности корпорации. Дальнейшее развитие инвестиционная стратегия получает в процессе разработки инвестиционной программы на долгосрочную перспективу.

Инвестиционная программа корпорации - это комбинация инвестиционных проектов, отобранных из множества вариантов инвестиционных решений, предусмотренных стратегией развития как корпорации в целом, так и компаний, входящих в ее состав. Инвестиционная программа является формой конкретизации и детализации инвестиционной стратегии корпорации. Детализация инвестиционных решений, включаемых в программу, связана с

тем, что на стадии формирования инвестиционной стратегии они принимаются на основе ограниченной информации.

В данном случае, при формировании инвестиционной программы, степень надежности исходной информации должна быть намного выше, она должна быть достаточной для того, чтобы можно было рассчитать экономическую эффективность и финансовую состоятельность предполагаемых инвестиций по таким показателям, как чистый дисконтированный доход, внутренняя норма дохода, финансовая устойчивость создаваемого объекта предпринимательской деятельности. А это уже связано с разработкой инвестиционных проектов и их технико-экономических обоснований.

Инвестиционная программа корпорации разрабатывается центральной компанией, так как она осуществляет контроль за движением финансовых потоков. Такие программы составляются в рамках стратегических решений и финансовых возможностей корпорации в долгосрочной перспективе. В свою очередь, инвестиционная программа получает свое завершение в текущих планах реализации инвестиционных проектов на дочерних компаниях корпорации.

Формирование собственно инвестиционной программы, т.е. отбор проектов, подлежащих включению в программу, заключается в следующем. Каждый инвестиционный проект может быть включен в инвестиционную программу корпорации, если рассчитанный по специальной методике показатель чистого дисконтированного дохода за весь планируемый период жизни инвестиционного проекта будет неотрицательной величиной, а внутренняя норма дохода проекта окажется равной или больше, чем приемлемая для инвестора норма дохода.

Этот принцип принятия инвестиционного решения является основным законом долгосрочного экономического развития корпорации.

Формирование оптимальной инвестиционной программы корпорации предполагает ранжирование всех инвестиционных проектов с позиции экономической эффективности, т.е. предпочтение следует отдавать проектам, отличающимся минимальными затратами и наибольшей эффективностью.

И.П. Кашицына

*Самарский филиал Московского
экономико-финансового института*

ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ РЫНОЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях становления и развития рыночных отношений российские предприятия испытывают ряд проблем, обусловленных сложностью устойчивого функционирования на конкурентном рынке, зачастую разрывом хозяйственных связей, невыполнением договорных обязательств, взаимными неплатежами и т.п.

Для решения подобных проблем необходимо изыскание резервов повышения устойчивости функционирования предприятий, важнейшим

из которых в условиях конкуренции является использование собственного рыночного потенциала. В сложившейся ситуации особое значение имеет разработка теории и методов анализа потенциала с созданием инструментальных средств, позволяющих выявить, проанализировать, оценить потенциал предприятия и разработать систему стратегического планирования на основе оценки уровня его использования.

Первоначальным этапом решения поставленной задачи является определение и характеристика структуры рыночного потенциала предприятия на современном этапе.

В современной экономической науке сформулированы основные направления определения структуры рыночного потенциала, представленные блоком ресурсов, блоком системы управления и стратегического планирования деятельности и блоком маркетинга предприятия. Однако применимости предлагаемых ею решений в практической области достаточно низка, а сегодняшние представления о рыночном потенциале предприятия не позволяют руководителю оперативно оценить имеющиеся возможности, выявить слабые стороны, обнаружить внутренние резервы для осуществления новых шагов в рыночной деятельности.

Экономическая категория "рыночный потенциал предприятия" была введена в экономический оборот отечественными исследователями Е.В. Поповым и В.Л. Ханжиной.

Рыночный потенциал предприятия представляет собой возможность управления его ресурсами на определенных этапах его развития в целях эффективного взаимодействия с рынком. Каждое предприятие обладает рыночным потенциалом, но не все используют его на 100%.

Уровень использования рыночного потенциала - это мера управления ресурсами предприятия в целях эффективного взаимодействия с рынком на определенный момент времени.

В управленческом блоке формулируется миссия, вырабатывается стратегия дальнейшего развития предприятия, определяются цели. Реализация поставленных целей осуществляется за счет имеющихся на предприятии ресурсов (трудовых, информационных, финансовых, материальных).

Блок маркетинга отражает деятельность персонала: аналитическую, производственную, коммуникационную. Таким образом, понятием "рыночный потенциал" объединяются не только ресурсы, взаимодействующие с системой управления на различных этапах, но и методы, применение которых позволяет наиболее эффективно реализовывать имеющиеся рыночные возможности.

Для расчета уровня использования рыночного потенциала необходимо упорядочить составляющие данные и определить взаимосвязи между компонентами. Ресурсы являются предметом маркетинговой и управленческой деятельности. Таким образом, выделяется два направления анализа рыночного потенциала: анализ маркетинговой деятельности в области ресурсов и анализ управленческой деятельности в области ресурсов.

Дальнейший анализ производится по методу декомпозиции рыночного потенциала на простейшие составляющие.

Указанные выше два направления анализа - это фактически первый уровень декомпозиции.

Второй уровень представляет собой детализацию составляющих первого уровня, а именно потенциала маркетинговой деятельности и потенциала управленческой деятельности. В результате декомпозиции второго уровня появились следующие компоненты: потенциал аналитической, производственной и коммуникационной деятельности (декомпозиция потенциала маркетинговой деятельности) и потенциал планирования, организации, мотивации и контроля (декомпозиция потенциала управленческой деятельности).

Третий уровень декомпозиции представляет структуру составляющих второго уровня, где потенциал детализируется по отдельным видам ресурсов. В качестве составляющих третьего уровня получаем, например, потенциал аналитической деятельности в области трудовых ресурсов, в области финансовых ресурсов и т.д.

Четвертый, последний, уровень декомпозиции основывается уже на предметах деятельности в областях третьего уровня. Так, например, на четвертом уровне потенциал аналитической деятельности в области трудовых ресурсов будет представлен потенциалами предметов аналитической деятельности в области трудовых ресурсов. В данном случае это может быть анализ влияния различных факторов на производительность работников, анализ формального и неформального взаимодействия работников различных уровней иерархии, анализ организационной структуры и т.п.

Таким образом, для формирования оптимальной структуры рыночного потенциала предприятия необходимо дальнейшее исследование проблемы использования рыночного потенциала с определением приоритетных направлений и соответствующего механизма взаимодействия его компонентов.

М.В. Китаева

*Самарская государственная
экономическая академия*

В.В. Сури

*ОАО "Безенчукское хлебоприемное
предприятие"*

ВОЗМОЖНОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ (на примере ОАО "Безенчукское хлебоприемное предприятие)

Одним из важнейших результатов экономических реформ в России является образование негосударственного сектора и переход в него большого числа хозяйственных единиц, находящихся ранее в собственности государства. Однако возможности самостоятельного развития должны полностью подкрепляться производственно-финансовыми потенциалами предприятий в их дальнейшей деятельности. В связи с отсутствием в России практики антикризисного управления, каждое пред-

приятие самостоятельно приобретало навыки изменения стратегического развития в условиях кризиса.

ОАО "Безенчукское хлебоприемное предприятие" (БХПП) оказалось в тяжелом финансовом положении в 1998 году, вследствие сильнейшей засухи. Сокращение объемов оказываемых услуг, снижение прибыли, износ оборудования, недоверие поставщиков, дефицит собственного оборотного капитала, нарушение сроков выплаты заработной платы, рост текучести кадров, ухудшение социально-психологического климата на БХПП - вот факторы, подчеркивающие развитие кризисного процесса на предприятии.

В июне 2000 года на предприятии был назначен новый генеральный директор, который должен был вывести из кризиса доверенное ему предприятие. Разработка неотложных оздоровительных процедур была начата с подготовки производственно-финансового плана и плана стратегических мероприятий развития предприятия. Был дан старт началу работ во всех направлениях: финансовом, производственно-техническом, технологическом, кадровом, социальном, информационно-рекламном. Первые положительные результаты работы БХПП утвердили авторитет новой администрации на предприятии. Нестандартные предложения по техническому перевооружению БХПП со стороны работников коллектива и неординарные меры по улучшению его финансового положения со стороны дирекции стали основой нового имиджа предприятия "со стажем". Подводя итоги работы во втором полугодии, коллектив БХПП констатировал первые успехи:

- улучшилась управляемость предприятием;
- приостановлен отток кадров;
- торгово-закупочная деятельность принесла прибыль, способствующую обретению финансовой устойчивости предприятия.

Но руководство предприятием уже готовило ряд очередных мер, для устойчивого закрепления достигнутых позиций на рынке покупки зерна. Безенчукское хлебоприемное предприятие работает на рынке зерна с многочисленными конкурентами: Васильевский и Мыльнинский элеваторы, Безенчукская птицефабрика, большой и малый комбикормовый заводы, поэтому детальная проработка мероприятий по изучению конкурентных преимуществ соседних предприятий и выработка, адекватных мер по агрессивной стратегии завоевания рынка становятся основными стратегическими целями дальнейшей работы предприятия. Наряду с разработкой мер по управлению конкурентоспособностью предприятия, пристального внимания, по-прежнему, заслуживала работа с кадрами. На предприятии выровнялась ситуация со своевременной выплатой заработной платы, начислением, выплатой и прогрессивным ростом премиальных вознаграждений, улучшились условия труда, выросла дисциплина. Разработанная директором миссия БХПП, практически стала моральным кодексом работников предприятия. В молодом коллективе управленцев БХПП (средний возраст работников 27 лет) сложилась дружная команда, способная к действиям в быстроменяющихся условиях окружающей среды. В производственно-экономической деятельности предприятия появились положительные сдвиги в процессах увеличения скорости приемки и отгрузки продукции, усиления контроля за качеством хранящейся продукции, что способствовало росту производительности труда и увеличению прибыльности работы предприятия.

Напряженная работа работников предприятия, следовавших в своей деятельности разработанным стратегическим планам развития и выхода из кризиса, дали свой результат - ОАО "Безенчукское хлебоприемное предприятие" стабильно работает на отраслевом рынке зерна. Годы работы в режиме антикризисного управления способствовали выработке лозунга - не останавливаться на достигнутом. Для дальнейшего интенсивного развития предприятие готовит план по диверсификации производства и занимается разработкой мероприятий по осуществлению процесса интеграции с крупными сельскохозяйственными производителями области. Администрация БХПП считает, что реализация ряда новых мероприятий, разработанных на период 2003-2004 гг. позволит предприятию не только сохранить завоеванные бизнес-позиции, но и значительно их улучшить.

Сейчас в АПК России настал момент, когда требуется не только вмешательство государства в непосредственную деятельность предприятий, но и проведение колоссальной работы всеми работниками по адаптации их организаций к новым условиям хозяйствования посредством рационального и эффективного применения профилактических и оздоровительных мер. Особая роль в этом принадлежит топ-менеджерам сельскохозяйственных предприятий, поэтому необходимо обобщить и оценить положительный опыт каждого, выработавшего и реализовавшего программу антикризисных мер на своем предприятии.

П.Г. Кондратьев

*Нижегородский
нефтеперерабатывающий завод*

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Постоянное усложнение технологических, экономических и организационных процессов на промышленных предприятиях предопределяет важность использования принципиально новых способов управления. В современных условиях скорость и качество управленческих решений становятся особыми факторами, определяющими эффективность производственной деятельности на уровне предприятий и их структурных подразделений. Итоговая финансовая результативность определяется многочисленными факторами научно-информационного характера, которые формируют все основные параметры жизненного цикла продукции. При этом следует учитывать все элементы жизненного цикла продукции с учетом и допроизводственного этапа создания продукции (товара).

В ряде отраслей промышленности особое значение имеет информация "внешнего" характера, в том числе полученная из-за рубежа. В значительной степени это характерно для многих отраслей в системе промышленности.

Как показывают данные предприятий, темп роста цен на экономическую информацию значительно опережает темп роста цен на материально-энергетические ресурсы и темп оплаты труда. Современные банки данных при их значительной капиталоемкости позволяют, как пока-

зывает опыт зарубежных организаций, экономически более верно определять стратегию организации, в значительной степени снижая материальные и другие виды рисков. Организация в регионах страны научно-аналитических центров - важный фактор повышения качества управления и роста общей эффективности. Основным резервом повышения качества технологии управления является внедрение новейших компьютерных систем, позволяющих решать сложные задачи хозяйствования применительно ко всем стадиям цикла принятия управленческих решений на различных уровнях.

Новые компьютерные технологии при достаточно высоком уровне кадрового обеспечения позволяют обеспечивать рост технического и организационного эффекта управленческой деятельности, но не всегда достигается социально-экономический эффект. В особо сложных производственных системах существенная роль отводится экспертному потенциалу руководителей. Развитие технологии управления в системах хозяйствования должно включать методы моделирования хозяйственных ситуаций, характеризующих реальные производственные и экономические процессы при постоянном усложнении взаимодействия элементов системы.

Реализация принципов системного подхода является обязательным условием реализации принятия решений на научной основе различных вариантов финансовой устойчивости предприятий. Темпы роста технического уровня в управленческих структурах предприятий должен опережать темпы объема информационных потоков (с учетом внешних факторов). Однако, как показывают данные, многие хозяйственные руководители все еще часто возлагают большие надежды на интуитивно-эмпирические технологии принятия многих решений, затрагивающих коренные проблемы предприятий (организаций). Зарубежный опыт управления фирмами используется недостаточно эффективно из-за механического подхода к его применению в реальных российских условиях.

Необходимы государственные программы подготовки специалистов с учетом опыта промышленно развитых стран. Для роста эффективности управления требуются большие финансовые затраты, которые, однако, как показывает опыт ряда передовых предприятий (организаций), окупаются за 2-3 года. Поэтому следует более научно определять стоимость такого универсального ресурса, как информация, которая все в большей степени определяет динамику совокупных затрат, связанных с развитием современных компьютерных технологий в системе управления промышленным производством. Применение опыта зарубежных и отечественных фирм показывает, что развитие технологии управления - большой резерв повышения эффективности хозяйственной деятельности при относительно небольших материальных и финансовых затратах.

Хозяйственные руководители российских предприятий часто не подготовлены самостоятельно обосновывать управленческие сценарии в условиях высокого динамизма организационно-экономических ситуаций. В стране ведется подготовка менеджеров для промышленности, но, в основном для уровня участка, цеха. Необходимо в больших масштабах повышение квалификации хозяйственных руководителей высшего уровня, что позволит получить прирост управленческого эффекта.

Практика свидетельствует о том, что механизм управления на уровне предприятия должен постоянно адаптироваться к реальным условиям производственной деятельности, сложность которой увеличивается в силу объективных и субъективных факторов. Цена ошибок в управленческом звене современного промышленного предприятия пропорциональна динамике качества управленцев на всех уровнях хозяйствования. В этой связи следует отметить, что вкладывать средства в человеческий капитал становится обязательным условием получения положительных финансовых и социальных результатов. При этом вложения инвестиций в человеческий капитал обеспечивает так называемый эффект синергии за счет приращения интеллектуального фактора, позволяющего повышать темпы совокупного технологического результата на всех уровнях внутрипроизводственного управления, начиная с отдельного рабочего места - первичного звена любого производства. Современные технические средства позволяют использовать методы экономико-математического моделирования сложных ситуаций и прогнозировать с достаточной степенью надежности (точности) возможные производственно-хозяйственные риски для принятия соответствующих мер противодействия. В этой связи важно иметь на уровне крупных промышленных предприятий (организаций) специальные управленческие структурные подразделения, где могли бы вести разработку вариантов сценариев стратегий развития этих предприятий с учетом всего многообразия внешних и внутренних факторов.

С.А. Крылов

*Московский государственный
технический университет
гражданской авиации*

АНАЛИЗ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ДИНАМИКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ НА СЕРВЕРАХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Современные подходы к проблемам развития предприятий должны обязательно включать в себя анализ развития информационного обеспечения. Сюда можно отнести задачи нескольких групп: создание и оптимизация информационной инфраструктуры, построение структуры внешних информационных потоков, создание информационно-технологических решений спектра задач по моделированию и обработке внешних связей, распределение ресурсов и информационных потоков по алгоритмам реагирования на внешние запросы, активизация воздействия на рыночную среду за счет регулирования потоков информации от предприятия, построение и оптимизация структуры внутреннего и внешнего документооборота предприятия и т.д., и т.п. Каждая из этих групп задач отличается определенным набором характерных свойств, присущим в то же время в определенной мере и всему комплексу проблем информационного развития предприятия.

Следует отметить, что в развитых экономиках на расходы, связанные с решением информационных задач управления предприятием и поддержанием системы такого управления, выделяется весьма значительная доля от об-

щего объема средств, инвестируемых в развитие предприятия, что оправдывается упорядочением бизнес-процессов предприятия и соответствующим увеличением конкурентных свойств бизнеса. При этом следует также учесть, что во многих областях развитие коммерческой составляющей предприятия начинает все чаще опираться на передовые информационные технологии. Преимущества и выгоды в этом случае объясняются такими относительно очевидными явлениями, как увеличение присутствия серьезного бизнеса в глобальных компьютерных сетях (WAN), возможность воздействия на рынок с помощью компьютерных технологий, присутствие предприятия в интернете как через наличие собственного сайта, так и через продажи продукции on-line, диверсификация спектра производимой продукции или услуг и т.д.

Нами исследовались задачи динамического распределения нагрузки на все элементы корпоративных сетей предприятий в плане оптимизации такой нагрузки и анализа перспектив, резервов развития и эффективности корпоративных компьютерных сетей. Получаемые и обработанные данные ясно указывают на такие тенденции: рост числа доступных для пользователей клиент-серверных приложений, активно используемых в сети на уровне обменов потоками данных, приводит к росту пиковых нагрузок на все элементы сетевой инфраструктуры и тем самым влечет за собой увеличение вероятности сбоев во всей сети, так как сети в большинстве своем гораздо быстрее систем, которые они связывают. Возникает проблема: каковы пути для выхода из создающейся ситуации? В ряде возможных решений устанавливается определенная зависимость, определяемая такими показателями, как экономические затраты на физическое развитие структуры сети, аппаратных комплексов и компонентов; важны также и экономические параметры возможной замены как базовых операционных решений (смена или обновление версий операционных систем, оптимизация работы сетевых систем, служб и приложений, упорядоченное распределение ресурсов, переход на иные комплексы приложений и т.д.).

Следует отметить, что обе указанные возможности не являются полностью альтернативными или же взаимно исключающими, но допускают использование комбинированных решений. Как показывают проводимые расчеты, именно комбинированные подходы позволяют достичь экономического оптимума решения при безусловном требовании повышения производительности и оперативности корпоративной сети предприятия.

Анализируя возможности варьирования с целью поиска оптимума в области физических устройств, получаем, что требуется оптимизация нескольких групп компонентов, включающих в себя: рабочие станции, внутренние сетевые каналы (интранет), серверную группу (включает серверное оборудование: сервера внутреннего и внешнего обмена и доступа), внешние телекоммуникационные каналы и сетевое оборудование (WAN).

Что же касается программной "начинки" (soft&netware) эксплуатируемого оборудования, то возможно разделение программного обеспечения (ПО) на три основные группы: ПО "внутреннего использования" с приложениями и протоколами внутреннего обмена; связующее и "промежуточное" системное ПО для поддержания работы серверов и мар-

шрутизаторов, а также "внешнее" ПО, включающее также и протоколы обмена данными с внешними источниками. Безусловно, что такое ПО должно отвечать требованиям эталонной семиуровневой модели OSI.

Анализ использования системных продуктов и приложений в связи с параметрами используемого оборудования показывает, что можно отображать существующие взаимосвязи и отношения с помощью схематических стоимостных диаграмм обслуживания. При этом отмечаются следующие соображения: 1) затраты и потребляемые ресурсы на обслуживание увеличиваются пропорционально росту как числа активных рабочих станций, так и количества открываемых пользователями приложений; 2) уменьшение интегральной величины затрат может достигаться не только за счет увеличения оперативной памяти серверных машин, но и за счет перераспределения использования ресурсов общей серверной памяти как в пользу активизации памяти рабочих станций, так и за счет перевода части оперативной памяти активных рабочих станций в ресурс общего использования и доступа, а также при распараллеливании таким образом части объема больших вычислительных задач по оперативной памяти активных рабочих станций.

* * *

1. Paxson V., Floyd S. Wide-area Traffic: The Failure of Poisson Modeling. - IEEE/ACM Transactions on Networking, 1995, June.

2. Либман Л. Философия распределения нагрузки // Журнал сетевых решений "LAN". 2000. №5.

О.А. Кузьмичева
*Самарский муниципальный
институт управления*

ПРОБЛЕМА ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

Инновационный менеджмент - одно из стратегических направлений управления, осуществляемого на высшем уровне руководства любой организации. Его целью является определение основных направлений научно-технической и производственной деятельности организации в следующих областях:

- разработка и внедрение новой продукции;
 - модернизация и усовершенствование выпускаемой продукции;
 - дальнейшее развитие производства традиционных видов продукции;
- Существование инновационного менеджмента в целом предполагает:
- разработку планов и программы инновационной деятельности;
 - наблюдение за ходом разработки новой продукции и ее внедрение;
 - расположение проектов создания новых продуктов;
 - проведение единой инновационной политики (координация деятельности во всех подразделениях);
 - обеспечение инновационной деятельности квалифицированным персоналом;

-создание временных, целевых групп для комплексного решения инновационных проблем - от идеи до серии нового производства;

-обеспечение финансами и материальными ресурсами программ инновационной деятельности.

Одной из проблем современного этапа развития инновационной деятельности является оторванность научно-технических комплексов от производства. Объединение таких комплексов в едином процессе исследования и производства обеспечивало бы тесную связь всех этапов цикла "наука - производство".

Создание целостных научно-производственно-сбытовых систем отвечает потребностям рыночной ориентации организаций, и это могут позволить себе только очень крупные фирмы.

Цели процесса инноваций можно свести к следующим: нахождение нового технического решения задачи - создание изобретений; проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок (НИОКР); налаживание серийного производства; параллельная подготовка и организация сбыта; внедрение нового товара на рынок; закрепление на новых рынках путем постоянного совершенствования технологии, повышения конкурентоспособности продукта.

В особенности это относится к фирмам, занятым производством наукоемкой продукции. У них должно наблюдаться особо тесное взаимодействие службы НИОКР со службами маркетинга, т.к. подразделение НИОКР - трансформаторы идей и разработок, исходящих от потребителей. Они должны принимать активное участие в разработке программ маркетинга по продукту. Вот это активное участие в программах маркетинга - вторая проблема инновационного менеджмента (неспособность, нежелание, традиционное неучастие).

Кроме того, между изучением потребностей и НИОКР должна существовать обратная связь, позволяющая в процессе НИОКР максимально учитывать требования потребителей и корректировать в соответствии с ними технико-экономические показатели нового изделия (и по стоимости в том числе). Обратная связь - это третья проблема.

Главным в инновационной политике фирм является формулирование основной цели НИОКР, определение срока их проведения, оценка результатов в виде конкретных практических целей, сокращения сроков внедрения новых продуктов.

Четкая политика в области разработки новых продуктов должна задавать направление сбора информации и выработки предложений, что в принципе должно приводить к настойчивому поиску новых возможностей и создавать мотивацию для исследовательских групп.

В современных условиях на крупных предприятиях должны сложиться устойчивые механизмы управления научно-технической деятельностью, отражающие особенности процесса интеграции науки и производства, все большую ориентацию исследований и разработок на рыночные потребности, усиление влияния рыночных факторов на определение стратегических позиций предприятия. Новые задачи должны повлечь за собой изменения в системе связи как по вертикали между всеми уровнями управления, так и по горизонтали между подразделениями по цели: наука - производство - сбыт.

Возникновение и развитие интегрированных систем управления инновациями должны быть выделены из общей системы управления производством и выпуском традиционной продукции. Разработка и внедрение нововведений должны привлекаться в непрерывный управляемый процесс.

В результате следующей проблемой инновационной политики предприятия является создание гибкой и комплексной системы управления инновационными процессами, нового хозяйственного механизма, ориентированного на разработку перспективной продукции, перестройку организационных форм и функций управления, а также стиля управления, что позволит обеспечить сквозное управление инновационным процессом от возникновения идеи до ее реализации. Организационно такой механизм должен предусматривать наличие служб и отделов, занимающихся реализацией технической политики и управлением нововведениями, которые расщеплены по разным уровням управленческой структуры, а между ними должна действовать налаженная система взаимодействия и координации.

Опыт компании Японии показал приоритетное использование в организации управления инновационным процессом проектных групп (временных или постоянных). Японские фирмы придают большое значение творческой разработке новых товаров на основе технологии своих компаний. Они широко используют комплексный подход к инновационной деятельности. Служба разработки новой продукции у них обычно охватывает всю сферу деятельности компаний.

Как и в американских фирмах, японских компаниях относительно немного новых идей было материализовано в продуктах, внедренных в массовое производство и доведенных до продажи на рынках. В японских успешно развивающихся фирмах, по данным опроса, 33% персональных идей дошли до стадии технической разработки, 47% из них - до стадии коммерческой разработки, прогнозирования возможностей их реализации, 56% из них были полностью приняты и материализованы в образцах, выпущены в массовое производство и дошли до рынка. Общий удельный вес идей, полностью реализованных в массовом производстве и потреблении, составил 8,7%. При этом из четырех новых продуктов лишь один принимается потребителем и успешно реализуется на рынке, поэтому для успеха одного нового изделия нужно продуцировать 18 новых идей.

В японских компаниях многие удачные идеи выдвигаются высшим управленческим звеном в процессе взаимодействия с низовыми звеньями управления. Отсюда и важнейшими факторами успеха во внедрении новой продукции у них являются: уникальность новой продукции; поддержка высшего руководства; удачная организационная структура; ориентация разработчиков новых изделий на потребности рынка; поведение людей, участвующих в разработке новых изделий, а также наличие сильного организатора этого процесса.

Инновационный характер производства, его высокая наукоемкость, приоритетность вопросов качества продукции предъявляют высокие требования к работникам всех уровней; повысили значимость творческого отношения к труду и высокого профессионализма. Отсюда вытекает еще одна проблема российских предприятий - в связи с инновационной культурой идеи отдельных работников деперсонифицируются. Известно, что интеллек-

туальный потенциал реализуется в личностных решениях. Не случайно интеллектуальные продукты высшего уровня (доктрины) в странах запада особенно в США - именные, т.е. принадлежат конкретному деятелю, который не только формирует доктрину, но и занимается ею в реализации. Природа интеллекта такова, что формировать продукты полностью и детально невозможно, потому политика неотделима от инициатора. Фактически это и есть элемент инновационной культуры - стратегического ресурса новой экономики. Из числа предприятий, руководители которых оценивали уровень их инновационной культуры как очень низкий, 71,4% находится на стадии выживания, в то время как предприятия с высоким уровнем инновационной культуры находятся на стадии среднего или быстрого развития.

В связи с этим политологи и экономисты подразделяют все страны на государства первого, второго и третьего поколения. В государствах первого поколения акцент делается на таких отраслях как машиностроение, производство энергии, высокопроизводительное, сельское хозяйство, большая химия. Основное значение имеют минеральные ресурсы.

В государствах второго поколения основу экономики составляют наукоемкие технологии - микроэкономика, вычислительная техника, биотехника, малотоннажная химия. Ключевое значение приобретает образовательный уровень населения, технологическая культура, психологические установки.

В государствах третьего поколения основным продуктом становятся новые технологии и новые идеи. При этом важнейшим ресурсом выступает творческий потенциал элиты общества. Образование, в случае успешного развития государства, дает возможность переходить от одних ресурсов к другим, от производства машин к производству идей.

Таким образом, правильная технологическая и кадровая политика позволяет построить инновационно-восприимчивые предприятия, а, следовательно, будут решаться и социальные задачи построения инновационно-восприимчивого общества и воспитания творческих личностей.

* * *

1. Водачек Л., Водачкова О. Стратегия управления инновациями на предприятии. М.: Экономика, 1989.

2. Черчикова И.Н. Менеджмент. М.: Банки и биржи, 1995.

Н.Н. Курсов
ООО "Самарский Ламинат"

ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО КОМПОНЕНТЫ

Основные проблемы функционирования предприятий на современном этапе обусловлены низкой рентабельностью на вложенный капитал при наличии постоянного дефицита финансовых ресурсов для обеспечения бесперебойного функционирования всех подсистем, не позволяющего в полном объеме использовать производственные возможности и экономический потенциал предприятий в целом.

Определение места и роли оборотного капитала в воспроизводственном процессе, разработка методологических и методических положений по повышению эффективности управления оборотным капиталом предприятия в условиях рынка составляют основную задачу, решение и применение которой на практике позволит российским предприятиям сконцентрировать свои возможности на улучшение использования оборотного капитала как приоритетное направления развития предприятия на современном этапе.

Для решения поставленной задачи изначально необходимо раскрыть сущность категории "оборотный капитал", обозначить его структуру и содержание основных компонентов.

Оборотный капитал (оборотные средства) предприятия представляет собой стоимостную оценку оборотных производственных фондов и фондов обращения. В наиболее общем виде структура оборотных средств и их источников показана в бухгалтерском балансе.

Оборотные средства одновременно функционируют как в сфере производства, так и в сфере обращения, обеспечивая непрерывность процесса производства и реализации продукции.

Оборотные производственные фонды - это часть средств производства, которые целиком потребляются в каждом цикле производства, полностью переносят свою стоимость на производимую продукцию и целиком возмещаются после каждого производственного цикла.

Выделяют следующие компоненты оборотных производственных фондов.

Производственные запасы (сырье, основные и вспомогательные материалы, покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия, топливо, тара, запасные части для ремонта оборудования).

Поскольку предприятие вкладывает средства в образование запасов, то издержки хранения запасов связаны не только со складскими расходами, но и с риском порчи и устаревания товаров, а также с вмененной стоимостью капитала, т.е. с нормой прибыли, которая могла быть получена в результате других инвестиционных возможностей с эквивалентной степенью риска.

Незавершенное производство и полуфабрикаты собственного производства (НЗП). Незавершенное производство представляет собой продукцию, не законченную производством и подлежащую дальнейшей обработке.

Расходы будущих периодов - это затраты на освоение новой продукции, плата за подписные издания, оплата на несколько месяцев вперед арендной платы и др. Эти расходы списываются на себестоимость продукции в будущих периодах.

Фонды обращения являются второй основной составляющей оборотного капитала предприятия и представляют собой совокупность всех средств, функционирующих в сфере обращения.

К фондам обращения относятся: готовая к реализации продукция, находящаяся на складах предприятия; продукция отгруженная, но еще не оплаченная покупателем; денежные средства (в кассе предприятия и на счетах в банке), а так же средства, находящиеся в незаконченных расчетах (дебиторская задолженность). Дебиторская задолженность - это средства данного предприятия, находящиеся в обороте других предприятий.

Экономический и организационно-производственный результаты от хранения определенного вида текущих активов в том или ином объеме носят специфический для данного вида активов характер. Например, большой запас готовой продукции (связанный с предполагаемым объемом продаж) сокращает возможность образования дефицита продукции при неожиданно высоком спросе. Подобным образом достаточно большой запас сырья и материалов спасает предприятие в случае неожиданной нехватки соответствующих запасов от прекращения процесса производства или покупки более дорогостоящих материалов-заменителей. Большое количество заказов на приобретение сырья и материалов хотя и приводит к образованию больших запасов, тем не менее имеет смысл, если предприятие может добиться от поставщиков снижения цен (так как больший размер заказа обычно предусматривает некоторую льготу, предоставляемую поставщиком в виде скидки). По тем же причинам предприятие предпочитает иметь достаточный запас готовой продукции, который позволяет дольше и более экономично управлять производством. В результате этого уже само предприятие, как правило, предоставляет скидку клиентам.

Дебиторская задолженность - важный компонент оборотного капитала. Когда одно предприятие продает товары другому предприятию или организации, совсем не значит, что товары будут оплачены немедленно. Неоплаченные счета за поставленную продукцию (или счета к получению) и составляют большую часть дебиторской задолженности. Специфический элемент дебиторской задолженности - векселя к получению, являющиеся по существу ценными бумагами (коммерческие ценные бумаги). Задачей по управлению дебиторской задолженностью являются определение степени риска неплатежеспособности покупателей, расчет прогнозного значения резерва по сомнительным долгам, а также предоставление рекомендаций по работе с фактически или потенциально неплатежеспособными покупателями.

К денежным средствам относятся деньги в кассе, на расчетных и депозитных счетах. Ценные бумаги, составляющие краткосрочные финансовые вложения, включают: ценные бумаги других предприятий, государственные казначейские билеты, государственные облигации и ценные бумаги, выпущенные местными органами власти.

Большой запас денежных средств позволяет сократить риск истощения наличности и дает возможность удовлетворить требование оплатить тариф ранее установленного законом срока. С другой стороны, издержки хранения временно свободных, неиспользуемых денежных средств гораздо выше, чем затраты, связанные с краткосрочным вложением денег в ценные бумаги (в частности, их можно условно принять в размере неполученной прибыли при возможном краткосрочном инвестировании).

Оборотные средства постоянно совершают кругооборот, в процессе которого проходят три стадии: снабжение, производство и сбыт (реализация). Кругооборот оборотных средств можно представить следующим образом.

На первой стадии (снабжение) предприятие на денежные средства приобретает необходимые производственные запасы. На второй стадии (производство) производственные запасы вступают в производство и, пройдя форму незавершенного производства и полуфабрикатов, превращаются в гото-

вую продукцию. На третьей стадии (сбыт) происходит реализация готовой продукции и оборотные средства принимают денежную форму.

Структура оборотных средств представляет собой удельный вес стоимости отдельных компонентов оборотных средств в их общей стоимости и зависит от многих факторов, в том числе от специфики предприятия, характера продукции, условий снабжения и сбыта и т.д.

Существующие подходы к определению оборотного капитала и его структуры дают общую характеристику обозначенной проблемы. Однако, в современных условиях необходима разработка методологии, позволяющей оценить оборотный капитал и его структуру в существующих рыночных условиях и выявить скрытые источники и резервы повышения эффективности функционирования предприятия и его финансового оздоровления на основе оптимизации использования отдельных компонентов оборотных средств.

Т.В. Максимова

*Южно-Уральский государственный университет
г. Челябинск*

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ, УЧЕТА И ОЦЕНКИ ЗАТРАТ НА КАЧЕСТВО

В настоящее время конкурентоспособность любого предприятия, независимо от формы его собственности и размеров, зависит в первую очередь от качества его продукции и соизмеримости ее цены с предлагаемым качеством, то есть от того, в какой степени предприятие удовлетворяет запросы потребителя.

Требования к качеству на международном уровне определены международными стандартами ИСО серии 9000. Зафиксированные в стандартах ИСО 9000 понятия эффективности и экономичности побуждают пользователей стандартов отслеживать степень реализации принятых решений (т.е. эффективность функционирования процессов системы менеджмента качества) и помнить о затратах на качество (об экономичности), учитывать и обосновывать их.

По мере роста требований к качеству продукции и технического прогресса происходит усложнение производства, рост его квалификационного, организационного и технического уровней, в связи с чем затраты на обеспечение качества увеличиваются. Требуется тщательный учет затрат на качество с определением их доли в себестоимости продукции.

Важным фактором, определяющим заинтересованность предприятий в оценке затрат на качество продукции, является уровень развития системных методов управления качеством, то есть наличие системы управления качеством.

По мере роста требований к качеству продукции и технического прогресса происходит усложнение производства, рост его квалификационного, организационного и технического уровней, в связи с чем затраты на обеспечение качества увеличиваются. Требуется тщательный

учет затрат на качество с определением их доли в себестоимости продукции.

Кроме наличия системы качества на предприятии, для эффективного планирования, учета и оценки затрат на качество необходим еще целый ряд организационно-экономических условий, а именно:

- наличие определенного экономического потенциала;
- готовность менеджеров высшего звена к определению и оценке затрат на качество;
- совершенствование организационной структуры предприятия;
- разработка внутренней нормативной документации на процесс по планированию, учету и оценке затрат на качество
- профессионально подготовленный управленческий коллектив.

Говоря об экономическом потенциале, следует иметь в виду, что это способность предприятия к дальнейшей его деятельности, основанная на наличие ресурсов. Совокупность ресурсов состоит из материальных, трудовых, финансовых, организационных, информационных и других видов ресурсов¹, позволяющих предприятию заниматься разработкой, выпуском и реализацией продукции. Поскольку не имея таких возможностей предприятие вообще не сможет выпускать продукции, а если нет продукции, то о каком качестве может идти речь?

Готовность менеджеров к такому шагу, как оценивание эффективности работы системы качества, говорит о высокой заинтересованности руководителей в повышении экономической эффективности работы предприятия, о неформальном отношении к внедрению на предприятии системы качества, а как к средству поиска резервов повышения эффективности функционирования предприятия. Поскольку "Финансовый аспект" в системе качества в соответствии со Стандартами ИСО 9000:2000 является необязательным элементом, многие руководители оставляют его без внимания, что по нашему мнению является, по меньшей мере, недальновидным. Итак готовность руководителя к оценке экономической эффективности системы качества, а значит и к учету затрат на качество, должна проявиться и найти свое закрепление во-первых, в политике качества предприятия, а во-вторых в документации на процесс.

Политика организации - действенный инструмент развертывания и интерпретации стратегии предприятия. Особо следует выделить роль политики в области качества, так как сложившийся в современной практике менеджмента подход предполагает управление предприятием на основе качества и распространение методологии менеджмента качества на всю систему общего менеджмента предприятия. Стоит заметить так же, что наличие сформулированной политики в области качества относится к обязательным требованиям международных стандартов семейства 9000².

Третьим важным условием, как было сказано выше, является усовершенствование организационной структуры предприятия.

¹ Сосненко Л.С. Понятие экономического потенциала // Дайджест-финансы. 2003. 1(97). С.3.

² Политика в области качества // Все о качестве. Отечественные разработки. 2001. Вып. 5.

Организационная структура предприятия может быть охарактеризована как централизованная или децентрализованная - в зависимости от степени ответственности, возложенной на ее менеджеров.

Централизованные организации имеют иерархическую, пирамидальную структуру, построенную по функциональному принципу. В основе системы управленческого учета таких предприятий лежат главным образом центры затрат. Такая система по своей сути является консервативной, предполагает максимум принуждения и не обеспечивает свободы действия сотрудникам предприятия.

Рыночные отношения требуют новых подходов к организации внутрифирменного управления. В условиях быстроменяющейся рыночной среды соответственно возрастает поток информации, которую необходимо обрабатывать для принятия единственно правильного управленческого решения. Расширяется круг управленческих задач, решаемых руководителями производств. Появляется потребность в разделении всех полномочий, в том числе и в части управленческих решений. Порой отдельные структурные подразделения начинают работать как мини-предприятия, не являясь при этом самостоятельным юридическим лицом. Другими словами, начинается процесс формирования децентрализованной организационной структуры предприятия.

Основным преимуществом децентрализованной системы управления является свобода руководителей центров ответственности в принятии управленческих решений. Менеджер структурного подразделения, как правило располагает более точной и детализированной информацией по вверенному ему направлениям деятельности, чем высшее руководство. Это положительно влияет на обоснованность и оперативность принимаемых на более низком управленческом уровне решений. Но успешное функционирование децентрализованной системы возможно при соблюдении двух условий:

- наличие высокопрофессионального управленческого персонала;
- согласованность целей и интересов организации в целом и ее отдельных структурных подразделений.

Стоит также отметить, что независимо от типа избранной организационной структуры - ответственность за финансирование предприятия в целом лежит обычно на высшем руководстве.

Следующим немаловажным условием эффективного планирования учета и оценки затрат на качество, на наш взгляд, является разработка и совершенствование внутренней документации по планированию, учету и оценке затрат на качество. Так как область любых затрат лежит в финансовой плоскости деятельности предприятия, то данные аспекты деятельности предприятия должны найти свое отражение не только в политике качества предприятия, как это было сказано выше, но и в финансовой или учетной политике предприятия. Пристальное внимание со стороны разработчиков системы качества на предприятии, должно быть уделено разработке внутренней документации, регламентирующей вопросы, связанные с планированием, учетом и оценкой затрат на качество, так как от качества этих документов, в последствии будет зависеть качество либо точности планирования, либо достоверности получаемой посредством учета информации о затратах на качество. Разрабатываемые

документы могут носить либо форму стандарта предприятия (СТП), либо форму методологической инструкции по качеству (МИК), либо форму регламента. Данный документ должен быть воплощением совместной работы руководителя предприятия, службы качества и экономических служб предприятия.

И наконец, последнее из приведенных выше организационно-экономических условий эффективного функционирования планирования, учета и оценки затрат на качество продукции - наличие высокопрофессионального управленческого персонала.

Говоря о персонале предприятия, следует отметить, трудовой коллектив и управленческий персонал, в том числе, являются одним из видов производственных ресурсов - трудовых. Повышение эффективности использования трудовых ресурсов - задача любого хозяйствующего субъекта, так как ни кто не будет отрицать взаимосвязь показателей использования трудовых ресурсов и показателей финансового положения предприятия³. Качество выпускаемой продукции, также оказывает влияние на финансовое положение предприятия, поскольку, чем выше качество, тем более конкурентоспособно предприятие, следовательно наличие высокопрофессиональных кадров приводит к повышению качества выпускаемой продукции и, в том числе, способствует эффективному планированию, учету и оценке затрат на качество продукции.

Реализация вышеперечисленных организационно-экономических условий на предприятии позволит эффективно планировать, вести учет и оценивать затраты на качество.

Р.Г. Маннапов

*Министерство экономики
Республики Башкортостан
г. Уфа*

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ В РЕГИОНЕ

Категория "промышленная политика" уже который год остается предметом широких дискуссий отечественных ученых и экономистов. О необходимости формирования и реализации промышленной политики говорится много, причем на всех уровнях, однако до ее оформления и практического осуществления дело не доходит.

В обобщенном виде промышленная политика может рассматриваться как некая совокупность действий государства, направленных на желаемое изменение структуры экономики путем создания более благоприятных условий жизнедеятельности для конкретных секторов, отраслей, производств. Причем, предполагается целенаправленная деятельность государства с использованием системы мер как прямого, так и косвенного воздействия для устранения тех препятствий, которые не могут быть преодолены естественным ходом событий. Характеризуя промышленную политику, следует подразумевать преднамеренное пе-

³ Сосненко Л.С. Проблемы совершенствования механизма хозяйствования. Пенза, 2002. С. 121.

перераспределение ресурсов в пользу одних экономических субъектов при неизбежно возникающей при этом некоторой дискриминации других - в соответствии с поставленными целями.

На современном этапе развития России важнейшей очевидной целью осознанной промышленной политики выступает создание высококонкурентной экономики за счет снятия структурных диспропорций и ликвидации разбалансированности. Системная промышленная политика должна опираться на рыночные механизмы, инновационность, долгосрочный подход, учитывать национальные и глобальные перспективы. А это, в свою очередь, диктует необходимость четкого определения приоритетов, ориентиров, принципов, инструментов государственного воздействия. Понятно, что это дело непростое, требующее организационных, финансовых, инвестиционных ресурсов и соответствующих политических решений.

Не дождавшись государственных решений на федеральном уровне, в ряде регионов страны стали разрабатывать свои разнообразные комбинации действий для достижения возможных структурных сдвигов в экономике. Определенная попытка предпринята в Республике Башкортостан, где в конце 2002 года постановлением правительства одобрена концепция промышленной политики на 2003-2008 годы.

В данной концепции провозглашено, что цель развития республиканской промышленности заключается в формировании на основе имеющегося потенциала современного высокотехнологичного промышленного комплекса, способного обеспечить производство конкурентоспособной продукции, стабильные налоговые поступления в бюджеты всех уровней, повышение уровня жизни населения. Сформулированы основные задачи развития промышленности, которые предполагают: совершенствование управления на предприятиях, внедрение современных систем управления качеством, прогрессивных методов мотивации труда; увеличение объема и ассортимента конкурентоспособной, наукоемкой и высокотехнологичной продукции, пользующейся спросом на внутреннем и внешнем рынках; обеспечение инвестиционной привлекательности предприятий; использование научно-технических разработок и новых результатов фундаментальных и прикладных исследований, внедрение наукоемких и ресурсосберегающих технологий; развитие инфраструктуры промышленности; расширение сотрудничества с регионами РФ и зарубежными странами; повышение экологической безопасности производств.

К приоритетным отраслям для осуществления структурных изменений отнесены: машиностроение, химическая, нефтехимическая, легкая, деревообрабатывающая, стекольная, медицинская и пищевая отрасли республиканской промышленности.

Основными ресурсами реализации республиканской промышленной политики будут являться: 1) средства, предусмотренные федеральными и республиканскими целевыми программами; 2) средства республиканского бюджета, бюджетов городов и районов; 3) собственные средства предприятий; 4) привлеченные кредиты и инвестиции; 5) промышленный лизинг; 6) иные источники финансирования.

Рассматриваемая концепция предусматривает разнообразные меры государственной поддержки предприятий, включающие: а) прямые ме-

ры господдержки, предусматривающие: госинвестиции в уставный капитал эффективных предприятий, имеющих стабильный или развивающийся рынок и возможности расширения производства; целевое бюджетное кредитование модернизации технологий, освоения производства высокотехнологичной продукции; финансирование актуальных НИОКР, патентования изобретений и промышленных образцов, входящих в состав экспортируемой или готовящейся к экспорту отечественной продукции; б) косвенные меры, заключающиеся в следующем: предоставлении госгарантий инвесторам (в том числе на закупку высоких технологий, ноу-хау); повышении эффективности управления госпакетами акций; содействии предприятиям, участвующим в российских и международных тендерах; содействии в продвижении продукции республиканских товаропроизводителей на отечественные и международные рынки; совершенствовании системы закупок для республиканских и местных нужд; развитии инфраструктуры инновационной деятельности; организационно-правовой поддержки реструктуризации градообразующих предприятий; и др.

В концепции промышленной политики определены критерии, в соответствии с которыми будут оказываться прямые меры господдержки: 1) доля производства высокотехнологичной наукоемкой продукции; 2) устойчивое финансово-экономическое состояние предприятия; 3) отсутствие задолженностей в бюджет и внебюджетные фонды; 4) сохранение и увеличение числа рабочих мест.

Основными инструментами осуществления республиканской концепции промышленности политики должны стать программы развития отдельных отраслей, которые в настоящее время разрабатываются и проходят соответствующие согласования в Правительстве РБ.

Важно отметить, что каждая региональная концепция промышленной политики должна предусматривать обязательный комплексный мониторинг хода ее практической реализации.

В.Н. Менжерес

*Саратовский государственный
технический университет*

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В ЭКОНОМИКЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Развитие производственно-хозяйственной деятельности предприятия, связано с процессом эволюции базовых моделей экономики.

В настоящее время выделяют базовые (основные) модели развития экономики предприятия: ресурсная, инвестиционная, инновационная.

Целью функционирования ресурсной модели является получение максимальной прибыли, а в качестве стратегии выступает ценовая конкуренция. Базисом служат товары, продукты и производственные ресурсы.

Ресурсная модель для развития экономики предприятия считается на данный момент времени самой нежелательной, так как невыгодна всем участникам рынка, включая, как не странно, и потребителей продукции и услуг.

Целью функционирования инвестиционной модели являются максимизация потока денежных средств и рост рыночной стоимости компании. В качестве стратегии определены дифференциация и диверсификация. Базисом служат товары, продукты, производственные ресурсы технологии и услуги.

Инвестиционная модель эффективно работает на рынке капитала, но имеет существенные недостатки, так как "знаменитые" финансовые пирамиды, в том числе и российская МММ, достаточно точно попадают под категорию "инвестиционно привлекательных" компаний. Во многих экономически развитых странах, в том числе и США, можно наблюдать изнанку данной модели - кризисное состояние предприятий.

Целью же функционирования инновационной модели является приращение и капитализация знаний. В качестве стратегии выступают различного рода инновации и инновационные технологии. Базисом служат, прежде всего, Знания, а также товары, продукты, производственные ресурсы.

Инновационная модель на данный момент времени является, по мнению многих специалистов, в области экономики "единственной моделью" с действительно "истинным возобновлением ресурсов".

В большинстве стран с развитой экономикой развитие данной модели поддерживается на государственном уровне. В настоящее время инновационная модель в силу объективных причин становится доступной для предприятий и компаний среднего и мелкого бизнеса, что является уникальной особенностью текущего момента.

В большинстве случаев в странах с развитой экономикой реализуются принципы и положения комплексной инновационно-инвестиционной модели экономики предприятия.

На современном этапе инновационно-инвестиционная модель оказывает значительное влияние на структуру и темпы развития общественного воспроизводства и уровень благосостояния общества. Это обусловило активное применение в этой области разнообразных мер государственного регулирования, как прямого, так и косвенного воздействия. К прямому воздействию относятся формирование правительством поддерживающей правовой базы, благоприятного инвестиционного климата, участие в развитии инновационной и инвестиционной инфраструктуры, аккумулирование средств для масштабных инновационных проектов.

Однако все страны, так или иначе, сталкиваются с проблемой недостаточности мер прямого регулирования инновационной и инвестиционной деятельности, в частности, проблемой острой недостаточности бюджетного финансирования. Поэтому существенную роль в развитии инновационных процессов играет использование косвенных методов их стимулирования, которые менее затратны по сравнению с прямым бюджетным финансированием, но могут охватить больший круг субъектов инновационной деятельности.

Очень важную роль государственное регулирование и стимулирование инновационной деятельности играет в Европейском Союзе. Среди основных направлений этого плана можно выделить:

- приобретение и тиражирование *Новых Знаний* в различных областях и сферах деятельности;
- льготное налогообложение НИОКР;
- прямое финансирование предприятий для поощрения инноваций в области новейших технологий;
- поощрение малого наукоемкого бизнеса;
- стимулирование сотрудничества университетской науки и фирм, производящих наукоемкую продукцию;
- использование системы ускоренной амортизации оборудования;
- выработка единого антимонопольного законодательства.

Несмотря на определенные национальные различия в системах регулирования инновационной деятельности, все страны, использующие их на практике, характеризуются высоким уровнем научно-технического и экономического развития.

На взгляд автора, основная проблема реализации инновационной модели развития экономики заключается не просто во внедрении каких-либо инноваций, а, в создании целостной концепции формирования деятельности субъекта хозяйствования на инновационных принципах, начиная от системы снабжения и заканчивая послепродажным обслуживанием.

Только при таких условиях инновационная модель может и должна быть достаточно эффективной и адекватной требованиям современного общества Всеобщего Знания.

Резюме. Реализация третьей - инновационной модели развития экономики предприятия, наиболее эффективной в настоящее время, требует государственной поддержки и дальнейшего совершенствования теории, методологии и практики решения проблем в данной сфере деятельности.

Р.З. Муллаяров

*Волгоградский государственный
технический университет*

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ЭЛЕМЕНТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Уже становится очевидным тот факт, что среда деятельности предприятий всех отраслей промышленности претерпевает революционные изменения, связанные с глобальным развитием технико-технологического уклада современного общества. Под воздействием современной техники и метатехнологий происходит деформация и реструктуризация как потребительских требований пользователей продукции, так и производственных возможностей предприятий. Данный фактор существенно повлиял на скорость формирования и изменения рыночной конъюнктуры, значительно ускорил динамику жизненного

цикла товара, привел к усилению конкуренции среди производителей. В обстановке все время возрастающей скорости жизнедеятельности деловой среды появилась необходимость постоянной оптимизации и адаптации бизнеса под воздействием переменных экзогенных факторов. Это привело к возрастанию роли "деловой" информации, необходимой для принятия как тактических, так и стратегических управленческих решений менеджментом компаний. В результате возникла необходимость обработки больших массивов информационных потоков в достаточно короткие сроки, либо в режиме реального времени. Проблема адекватной модернизации требует реструктурирования внутренних бизнес-процессов предприятия, при этом, основная роль по обеспечению жизнедеятельности и "гибкости" бизнеса ложится на так называемый "человеческий капитал", как наиболее мобильный, способный к обучению и переобучению, быстро и комплексно адаптируемый к меняющейся обстановке. Объективно определить стоимость человеческого (интеллектуального) капитала (ИК) с позиции внутренней структуры менеджмента организации представляется достаточно сложной задачей в силу отсутствия методик его оценки и из-за малой осязаемости данного актива.

Однако на сегодняшний день появилась реальная возможность материализации ИК. Преобразование интеллектуального капитала в товарную форму осуществляется посредством современных технических средств (ПК, ПО, различных внешних адаптеров); передача, воспроизведение и хранение производится при помощи материальных носителей (накопители на жестких магнитных дисках, компакт диски, DVD - диски, стримеры, бумажные носители и т.д.); документирование и юридическое подтверждение прав собственности осуществляется посредством патентования, регистрации, освидетельствования, лицензирования и т.п. Из этого можно сделать вывод, что интеллектуальный труд способен приносить вполне осязаемую добавочную стоимость, которая должна быть должным образом оценена и капитализирована через имеющиеся рыночные механизмы. Таким образом, можно констатировать тот факт, что на современном этапе оценка и капитализация "интеллекта предприятия" является задачей весьма перспективной и актуальной.

На сегодняшний момент в экономической практике наибольшее распространение получил субъективный механизм определения цены ИК. Оценка осуществляется внешними участниками рынка посредством распределения прав собственности оцениваемой компании, в том числе и интеллектуальной через продажу атрибутов собственности (акций, лицензий, патентов, прав и т.д.). Таким образом, наиболее адекватная оценка ИК осуществляется через внешнюю конъюнктуру котировок предприятия, а выражается она ростом курсовой стоимости акций компании. При этом на котировку ценных бумаг предприятия существенное влияние способна оказывать любая информация: от увольнения ведущего ИТР работника или топ-менеджера, до осуществления того или иного инновационного проекта в рамках модернизации основных фондов компании. В высокотехнологичных компаниях, помимо рынка ценных бумаг, дополнительная капитализируемая прибыль изымается в результате временного доминирования в том или ином сегменте рынка при выпуске на рынок инновационного продукта. Рассматривая ближайшую перспективу

трансформации и глобализации мирового экономического пространства, возможное вступление России в ВТО невольно приходится задаваться вопросом о способности отечественных предприятий противостоять экспансии хорошо отлаженному механизму западных компаний.

В силу жесткой, динамичной конкуренции перед менеджментом современного предприятия стоит задача поиска и выявления наиболее способных, креативных сотрудников, обеспечения их техническими средствами реализации интеллектуальных возможностей, создания системы закрепления прав собственности на продукты интеллектуального труда компании, организация системы реализации продуктов интеллектуального труда, получение дополнительной прибавочной стоимости и ее капитализация. Основа современного успешного предприятия - это высококоммуникативный (владеющий всеми современными средствами коммуникаций) универсальный сотрудник, способный решать задачи не только собственной специализации, но и в необходимой мере разбирающийся в смежных с ней проблемах. Техническая вооруженность предприятия, так же играет существенную роль в эффективности и успешности производственной деятельности. Современные средства получения, обработки, хранения и передачи информационных данных становятся доступнее в ценовом плане и приобретают все большие качественные возможности. Появились целые комплексы автоматизации на базе CAD/CAM, ERP, CRM, PLM - приложений, оптимизирующие креативную, управленческую, сбытовую и сервисную стадии всех жизненных циклов деятельности предприятия, однако для эффективного внедрения и эксплуатации данных систем необходимы люди высокой квалификации с достаточной степенью универсальности, составляющие интеллектуальный капитал предприятия. Именно в этом случае система жизнедеятельности компании приобретает необходимую гибкость, способность к быстрой адаптации в изменяющихся условиях внешней среды, повышается конкурентная стойкость. Вместе с этим, на основе имеющегося позитива, происходит увеличение стоимости котировок предприятия, что ведет к его материальному благополучию открывает перед ним дополнительные возможности, в частности облегчает доступ к внешним источникам финансирования.

В.М. Мясникова

*Самарская государственная
экономическая академия*

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ОТРАСЛЕЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

На современном этапе активного вхождения в "рынок" одним из ключевых является вопрос снабжения населения области качественными продуктами питания, а предприятий переработки - сельскохозяйственным сырьем местного производства. От стабильной работы пред-

приятий пищевой и перерабатывающей промышленности напрямую зависит благосостояние населения, его продовольственное обеспечение и, что также очень важно, продовольственная безопасность Самарской области. В этой связи стратегически важно определить первоочередные меры по развитию пищевой и перерабатывающих отраслей агропромышленного комплекса в новых экономических условиях.

Самарская область располагает достаточным производственным потенциалом для производства основных продуктов питания. В регионе имеется многоотраслевая пищевая и перерабатывающая промышленность, способная перерабатывать всю производимую в области сельскохозяйственную продукцию, полностью обеспечивать население пищевыми продуктами и осуществлять поставки его за пределы области. Об этом свидетельствует опыт десятилетней давности: уровень производства и потребления в расчете на душу населения был близок к рекомендуемым нормам питания.

Проведенный анализ ситуации на потребительском рынке продовольствия Самарской области выявил главные проблемные вопросы, существующие в настоящий момент в пищевой и перерабатывающих отраслях агропромышленного комплекса:

1. Недозагрузка производственных мощностей перерабатывающих предприятий из-за дефицита сырьевых ресурсов.

Объемы производства мяса в Самарской области в состоянии удовлетворить лишь около 25% потребности мясокомбинатов. Недостаток сырьевых ресурсов частично восполняется за счет завоза из других регионов РФ и по импорту. Аналогичное положение и в молочной промышленности. Из-за пределов Самарской области завозится около четверти перерабатываемого в области молока.

2. Трудности со сбытом продукции из-за жесточайшей конкуренции на рынке продовольствия.

3. Низкая покупательская способность населения.

4. Ослабление производственно-хозяйственных связей сельхозтоваропроизводителей и перерабатывающих предприятий.

Дезинтеграция между этими отраслями особенно негативно отражается на эффективности производства.

Решение вышеназванных основных проблемных вопросов предопределило приоритетные направления развития предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности на ближайшую перспективу:

- сохранение и поэтапное увеличение производства стратегически важных для региона продуктов питания на базе внедрения современных ресурсосберегающих безотходных технологий производства и хранения;

- повышение потребительских, качественных показателей продовольственных товаров, вытеснение с регионального рынка низкокачественных продуктов питания;

- расширение ассортимента продовольственных товаров местного производства, в том числе продуктов нового поколения.

- развитие интеграции и кооперации сельскохозяйственных товаропроизводителей и предприятий перерабатывающей промышленности.

Оптимистичный прогноз развития сельскохозяйственного производства в Самарской области дает основания для увеличения сырьевой базы местной

сельскохозяйственной продукцией. Однако ее конкурентоспособность по-прежнему будет определять ценовой фактор и наличие устойчивого платежеспособного спроса населения на продукты питания.

На современном этапе экономического развития обоснованно существование мелких производств в сфере пищевой и перерабатывающей промышленности области. Это позволяет не только расширить конкурентную среду, но и насытить рынок продовольствия продуктами питания расширенного ассортимента по более низким ценам.

Установление и сохранение определенного соотношения между крупными, средними и мелкими предприятиями будет способствовать размещению предприятий в зависимости от наличия наибольшего числа потребителей и трудоспособного населения, реализации возможностей, выравниванию экономики районов области, сокращению транспортных расходов, развитию рыночной инфраструктуры.

Функционирование малых и средних предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности обеспечивает не только экономический рост районов области и выпуск продукции в соответствии с существующим спросом, но и развитие многообразных форм собственности в системе рыночных отношений.

Кроме того, организация цехов малой мощности по переработке сельскохозяйственного сырья непосредственно в сельхозпредприятиях позволяет им значительно повысить эффективность производственной деятельности, т.к. замыкает на себя весь цикл - производство, переработку и реализацию конечного продукта.

Так, например, организация цехов малой мощности в мясоперерабатывающей промышленности позволила значительно повысить их роль в обеспечении населения области мясными продуктами.

По состоянию на 01.01.2003 года более 50 % колбасных изделий и полуфабрикатов производится в мясоперерабатывающих цехах малой мощности.

Учитывая сложившуюся экономическую ситуацию процесс создания и ликвидации цехов малой мощности в пищевой и перерабатывающей промышленности будет продолжаться в зависимости от состояния потребительского рынка.

С.А. Носов

*Самарская государственная
экономическая академия*

ОБОСНОВАНИЕ КРИТЕРИЯ И ПОКАЗАТЕЛЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

То или иное предприятие, реализующее инвестиционный проект представляет определенный интерес с точки зрения вложения в него капитала с целью получения дохода. Однако многовариантность применения в хозяйственной деятельности ресурсов инвестора ставит перед ним задачу оптимизации управления инвестиционными ресурсами, которая в рыночной экономике является одной из главнейших задач эф-

фективного функционирования. Эта задача должна быть направлена на достижение следующих целей:

1. рост чистого дохода;
2. снижение риска.

Достижение указанных выше целей приводит к увеличению эффективности функционирования и, как следствие, к увеличению привлекательности вложений в предприятие, реализующее инвестиционный проект.

Как же оценить инвестиционную привлекательность?

Под инвестиционной привлекательностью того или иного проекта, реализуемого на действующем предприятии, мы подразумеваем рост доходов инвестора в пересчете на одну акцию при одновременном снижении риска недополучения дохода.

Ниже излагается обоснование предлагаемого показателя инвестиционной привлекательности.

Показатель, измеряющий инвестиционную привлекательность и метод его расчета должны, соответствовать критерию инвестиционной привлекательности.

Вопрос о критериях и показателях, их природе и логической зависимости в экономической теории не является новым. У нас сложилось мнение, что в принципиальном аспекте он давно решен. Однако, публикации последнего времени побуждают нас вернуться к обсуждению этой, как оказалось, по-прежнему актуальной проблемы.

Дело в том, что происходит смешение (отождествление) понятий "критерий" и "показатель". Примером этого может служить тот факт, что в литературных источниках по экономической оценке инвестиций предлагается около десятка критериев для оценки инвестиционной привлекательности проектов (чистый дисконтированный доход, внутренняя норма дохода, индекс доходности и др.). [1] Однако на самом деле это не критерии, а сконструированные показатели.

Критерий - это средство для суждения, признак, на основании которого конструируются показатели.

Критерий инвестиционной привлекательности должен отражать экономические интересы участников инвестиционного процесса по поводу инвестирования капитала в объекты предпринимательской деятельности, а показатель, измеряющий инвестиционную привлекательность проекта должен быть таким, чтобы с его помощью можно было давать количественную оценку привлекательности, быть инструментом для принятия управленческого решения.

Изложенный подход к пониманию категорий "критерий" и "показатель" позволяет определить содержание (сущность) критерия инвестиционной привлекательности. Мы считаем, что критерием инвестиционной привлекательности должна быть чистая прибыль, - применительно к оценке привлекательности участия в проекте акционерного капитала - прибыль, остающаяся в распоряжении акционеров после всех выплат из прибыли, включая возмещение заемного капитала и затрат на его обслуживание. Этот критерий в полной мере соответствует целям и задачам предпринимательской деятельности. [3]

Положение о чистой прибыли как критерии инвестиционной привлекательности проекта у нас является базовым.

Критерию чистой прибыли в полной мере соответствует показатель чистого дохода (ЧД). Чистый доход представляет собой суммарное сальдо трех потоков* после вычета собственных средств акционеров авансированных в проект (т.к. они никакого отношения к эффективности генерируемой проектом не имеют). Поэтому в ЧД отражается нераспределенная прибыль и чистая прибыль, пошедшая на рефинансирование основных фондов. Что в полной мере соответствует критерию чистой прибыли.

Критерию чистой прибыли соответствуют и остальные показатели эффективности, где ЧД является базовым элементом (чистый дисконтированный доход, внутренняя норма доходности).

Показатель измеряющий инвестиционную привлекательность должен опираться на показатели экономической эффективности как базовые, соответствующие обоснованному критерию. И это должен быть один показатель.

Целесообразно вести речь именно об одном показателе, так как применение множества показателей для оценки инвестиционной привлекательности сопряжено со многими трудностями. Так, например, для анализа инвестиционной привлекательности проекта обычно используют группу широко известных показателей: показатели оборачиваемости активов, показатели прибыльности капитала, показатели финансовой устойчивости, показатели ликвидности активов, интегральные показатели эффективности инвестиций и др. Эти показатели характеризуют различные стороны инвестиционной привлекательности, но не дают возможность оценить ее во взаимосвязи (пока они рассматриваются разобщенно и не составляют некую сбалансированную систему). Среди этого множества показателей трудно ориентироваться в их значениях: какой из показателей считать главным, как поступить, если одни значения показателей удовлетворяют инвестора, а другие нет? Кроме того, этот единственный показатель, оценивающий инвестиционную привлекательность должен обязательно учитывать риски наступления тех или иных событий, связанных с реализацией проекта.

Таким образом, мы выходим на необходимость использования одного показателя, в основе которого должен лежать показатель эффективности, учитывающий риск. Этот показатель должен быть сбалансирован по своему уровню с показателями, характеризующими финансовую устойчивость и надежность проекта и предприятия его реализующего.

Для этого необходимо сбалансировать потоки денежных средств, отраженных в финансово-инвестиционном бюджете и статьи баланса таким образом, чтобы показатель оценивающий инвестиционную привлекательность и показатели финансовой надежности удовлетворяли инвестора своими значениями. Поскольку и финансово-

* Одним из основных документов инвестиционного проекта выступает финансово-инвестиционный бюджет (ФИБ). В нем находят отражения потоки реальных денежных средств по проекту. В ФИБ потоки группируются по трем разделам, отражающим три сферы деятельности: операционную, инвестиционную и финансовую. Суммарное значение потоков реальных денежных средств по всем трем разделам и отражает суммарное сальдо трех потоков.

инвестиционный бюджет и баланс рассчитываются на одной информационной базе, осуществить такое сбалансирование не представляет большого труда.

Необходимо отметить, что в результате осуществления процедуры приведения значений показателей финансовой надежности и значения показателя инвестиционной привлекательности к сбалансированному виду возможно улучшение одних показателей и ухудшение других. Это является нормой, если уровни этих показатели остаются в рамках требований инвестора.

Отсюда следует важный вывод: необходимо добиваться не максимального уровня показателя инвестиционной привлекательности, а его оптимального уровня, который сбалансирован с оптимальным уровнем показателей финансовой надежности. Проект, реализуемый на действующем предприятии, имеющий максимальный уровень показателя инвестиционной привлекательности может быть далеко не привлекательным по причине того, что, например, показатели финансовой надежности имеют неудовлетворительный уровень или в показателе привлекательности не был проведен соответствующий учет рисков. Такое предприятие, реализующее проект не привлечет инвестора.

Кроме того, показатель инвестиционной привлекательности должен определяться не за какой-то один шаг расчета, а за весь расчетный период. Для этого, к потокам денежных средств, на основании которых будет строиться показатель инвестиционной привлекательности необходимо применить процедуру дисконтирования. Через процедуру дисконтирования, а также через формирование исходной информации по проекту мы имеем возможность отразить в этом показателе риск.

Осуществляя сбалансирование значений этих показателей, необходимо учитывать, что главным показателем в этой системе будет все же показатель инвестиционной привлекательности. Так, если, показатель инвестиционной привлекательности не удовлетворяет инвестора своим уровнем, то какими бы привлекательными не были показатели финансовой надежности и устойчивости, инвестор не станет реализовывать этот проект. Но если показатель инвестиционной привлекательности устраивает инвестора, а показатели финансовой надежности и устойчивости немного "недотягивают" до приемлемого уровня, то инвестор вполне может посчитать для себя такую систему значений показателей сбалансированной и пойти на реализацию проекта.

Исходя из всего выше изложенного мы считаем, что показатель, соответствующий нашему пониманию инвестиционной привлекательности и удовлетворяющий выбранному нами критерию это показатель стоимости предприятия (бизнеса). Именно в этом показателе отражаются результаты реализации проекта и все аспекты деятельности предприятия. Мы считаем, что с помощью такого показателя как стоимость можно оценивать не только инвестиционную привлекательность того или иного инвестиционного проекта, но и инвестиционную привлекательность предприятия и любых хозяйственных решений, реализуемых на предприятии. Все это сказывается на финансовом результате - чистой прибыли, которая является критерием успешности функционирования любого объекта, что повышает рыночную стоимость бизнеса, которым

владеют акционеры, и что в свою очередь повышает привлекательность владения этим бизнесом.

Мы предлагаем определять инвестиционную привлекательность проекта, реализуемого на действующем предприятии в два этапа: на первом этапе определяется инвестиционная привлекательность проекта, на втором инвестиционная привлекательность предприятия, реализующего этот проект.

Для того чтобы оценивать и формировать инвестиционную привлекательность, мы должны оценивать стоимость и управлять стоимостью. Т.к. именно от стоимости доходов, приносимых реализацией проекта, зависит привлекательность вложений в этот проект и предприятие его реализующее.

В основу концепции стоимости и показателей, оценивающих стоимость, положено понимание того факта, что для акционеров (владельцев) предприятий и организаций центральным вопросом является прирост их благосостояния, в результате функционирования объектов владения. При этом рост благосостояния акционеров измеряется не мощностью введенных мощностей, ни количеством нанятых сотрудников, ни оборотом компании, а стоимостью предприятия, которым они владеют. [2]

Как известно, для целей оценки стоимости предприятия как функционирующего бизнеса (развивающегося и реализующего инвестиционные проекты), в основном применяют методы, основанные на оценке будущих доходов от владения этим предприятием. Эти доходы пересчитываются в стоимость путем использования нормы доходности и техники текущей стоимости, которые позволяют учесть ожидаемые темпы роста, время и периодичность получения доходов, степень риска потока доходов, а также стоимость денег во времени. Таким образом, проблема, которую необходимо решить при проведении оценки стоимости, состоит в прогнозировании будущих доходов и дисконтировании их к текущей стоимости.

Предлагаемый нами показатель оценки стоимости (привлекательности), в самом общем виде выглядит следующим образом:

$$ИП = \frac{\text{Дисконтированная чистая прибыль за расчетный период}}{\text{Количество акций за расчетный период}}$$

где ИП - показатель инвестиционной привлекательности проекта (стоимости), реализуемого на действующем предприятии.

Дисконтированная чистая прибыль - дисконтированная чистая прибыль (или ЧДД), полученная на предприятии с учетом функционирования проекта и остающаяся в распоряжении акционеров после выплаты из нее ряда реально понесенных издержек, если они будут иметь место (сумма основного долга по кредиту, затраты по обслуживанию кредита, премии сотрудникам, расходы по содержанию социальной сферы, страхование и др.). Оставшаяся величина по сути дела является нераспределенной прибылью, остающейся в распоряжении акционеров (это в полной мере соответствует критерию инвестиционной привлекательности, обоснованному выше).

Количество акций - общее количество акций на предприятии с учетом реализации инвестиционного проекта. В знаменателе может быть

также представлена стоимость акционерного капитала (с учетом реализации проекта).

Учет риска в нашем показателе осуществляется в числителе через формирование исходной информации и через формирование нормы дохода.

На основе полученных значений показателя инвестиционной привлекательности и показателей финансовой надежности, определяется их приемлемость для инвестора, на основе чего (при необходимости) проводятся соответствующие изменения в исходной информации с целью получения сбалансированных значений этих показателей, удовлетворяющих инвестора.

При получении оптимальных уровней инвестиционной привлекательности и финансовой надежности числитель показателя инвестиционной привлекательности отражает определенное значение дисконтированной чистой прибыли или чистого дисконтированного дохода (ЧДД). На основе этого можно утверждать, что полученное значение ЧДД (числитель) отражает и приемлемый уровень финансовой надежности. Таким образом, показатель инвестиционной привлекательности является сбалансированным со всей системой показателей финансовой надежности.

От размера величины, полученной в числителе, напрямую зависит стоимость проекта. Управляя числителем (и знаменателем), мы тем самым формируем инвестиционную привлекательность проекта для акционеров, которые представлены через количество принадлежащих им акций.

Декомпозиция нашего показателя может быть выполнена как на основе принципов построения финансово-инвестиционного бюджета (по трем сферам деятельности), а также на основе принципов, положенных в основу модели "Дюпон", т.е. на основе соотношений, образующих взаимосвязанные финансовые коэффициенты.

Осуществив декомпозицию нашего показателя такими способами, можно получить доступ ко многим управляемым факторам создания стоимости (инвестиционной привлекательности) и выявить ключевые факторы, оказывающие наибольшее влияние на инвестиционную привлекательность.

* * *

1. Глазунов В.Н. Критерии оценки инвестиционной привлекательности проектов // Финансы. 1997. №12. С. 59-62.

2. Маренков Ф.Н, Демшин В.В. Концепция управления стоимостью предприятия: По материалам сайта "Корпоративный менеджмент" // http://www.cfin.ru/management/valman_concept.shtml

3. Ример М.И. и др. Экономическая оценка инвестиций: Учеб. пособие / Под ред. М.И. Римера. Самара: Изд-во Самар. гос. экон. акад., 2002. 464 с.

С.А. Носов

*Самарская государственная
экономическая академия*

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬЮ ПРОЕКТА НА СТАДИИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

Для того чтобы привлекательность, сформированная на стадии разработки инвестиционного проекта, соответствовала уровню инвестиционной привлекательности на стадии его реализации, необходимо провести большую работу по созданию механизма управления инвестиционной привлекательностью на стадии эксплуатации проекта.

С этой целью, для всех подразделений и участников инвестиционного процесса необходимо определить целевые нормативы, которые должны быть достигнуты для получения запланированного уровня инвестиционной привлекательности. Кроме того, необходимо заняться разработкой системы оценки результатов деятельности и организацией системы поощрения на основе оценки результатов деятельности, которые приведут в действие весь механизм формирования инвестиционной привлекательности.

После выявления факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность их нужно оценить. Для этого необходимо сформулировать задания по ключевым факторам инвестиционной привлекательности, выразив их в различных показателях - финансовых (допустим, прибыль до вычета процентов и налогов) или нефинансовых (к примеру, количество клиентов, коэффициент удержания клиентов, уровень загрузки производственных мощностей). Подобные показатели используются как для установления целевых индикаторов, так и для оценки результатов работы. Таким образом, мы делаем свои устремления измеряемыми с помощью количественных индикаторов, привязанных непосредственно к процессу формирования инвестиционной привлекательности (стоимости).

Для правильного определения факторов инвестиционной привлекательности требуется соблюдать три важных принципа [2]:

1. Данные факторы должны быть напрямую привязаны к формированию привлекательности (стоимости) и с необходимой детализацией доведены до всех уровней организации - вплоть до самого нижнего.

2. Эти факторы следует устанавливать в качестве целевых индикаторов и измерять, используя как финансовые, так и операционные показатели.

Менеджеры не в состоянии непосредственно влиять на финансовые коэффициенты; они могут делать это, только воздействуя на операционные факторы. Например, предприятие хочет выяснить, каким образом оно сумеет увеличить свою операционную прибыль. Для этого надо разбить этот показатель на составляющие, скажем, валовую прибыль, складские издержки, затраты на доставку и прочие расходы. Затем следует выделить факторы, определяющие каждый вид издержек (например, затраты на доставку можно выразить как результат трех факторов - числа поездок на одну сделку, расходов на одну поездку и количества сделок). Такая степень детализации позволяет менеджерам анализировать конкретные меры повышения эффективности функционирования компании. Параметры операционной деятельности особенно полезны в роли опережающих индикаторов. Сами по себе финансовые коэффици-

енты не способны стать предупреждением о грядущих проблемах. Например, показатель рентабельности инвестированного капитала на том или ином предприятии может увеличиться на короткое время просто потому, что команда менеджеров не обеспечивает необходимого уровня техобслуживания оборудования или не осуществляет требуемые инвестиции. Если попросить менеджеров представить отчет по операционным показателям (таким как эксплуатационные расходы, время функционирования оборудования без простоев или планы расширения/возмещения основного капитала), то обнаружится, что рост рентабельности инвестированного капитала эфемерен.

Факторы создания стоимости (привлекательности) должны отображать как достигнутый на данный момент уровень эффективности, так и долгосрочные перспективы роста.

Из указанных трех принципов естественным образом следует, что каждое предприятие или проект должны иметь свой собственный набор ключевых факторов привлекательности и ключевых показателей их измеряющих (кроме, разве что, использования самых общих финансовых показателей). Даже когда два подразделения принадлежат к одному и тому же предприятию, отрасли, им лучше сосредоточиться на разных стоимостных факторах, если они имеют разные уровни эффективности. Скажем, подразделению с высокими операционными показателями и высокой операционной маржой следует руководствоваться показателями, измеряющими факторы, относящимися к росту, тогда как подразделению с низкой операционной маржой больше подходят показатели, измеряющие факторы, связанные с издержками.

Надо также отметить, что число показателей, измеряющих факторы должно быть ограниченным. Менеджерам необходимо регулярно отслеживать эти показатели в сочетании с другими факторами инвестиционной привлекательности (которые служат вспомогательными диагностическими индикаторами), чтобы получать общую картину работы предприятия и находить истинные причины возможных проблем.

Необходимо учесть, что перечень ключевых факторов требуется периодически пересматривать, т.к. по мере изменения условий и накопления опыта соотношение приоритетов по факторам может стать иным.

Кроме того, факторы инвестиционной привлекательности (стоимости) нельзя рассматривать в отрыве друг от друга. Например, такой фактор как повышение цены реализации само по себе может существенно увеличить привлекательность вложений в данный проект, но только если не повлечет за собой потерю значительной доли рынка - другого фактора, определяющего инвестиционную привлекательность. По этой причине необходимо анализировать различные сценарии развития событий, чтобы лучше понять взаимосвязи между факторами инвестиционной привлекательности.

1. Фактически, если компания установила краткосрочные и долгосрочные целевые нормативы, и хорошо знает свои ключевые факторы инвестиционной привлекательности, то разработка системы оценки результатов - сравнительно не сложное дело. Ниже перечислены некоторые важнейшие принципы, лежащие в основе системы оценки результатов [1]:

Оценка результатов деятельности должна быть привязана к конкретной деловой единице.

Это значит, что у разных деловых единиц могут быть разные критерии оценки - в зависимости от того, на какие показатели каждая из них способна оказывать влияние.

2. Критерии оценки результатов должны быть увязаны с краткосрочными и долгосрочными целевыми нормативами.

3. При оценке результатов следует пользоваться комбинированными финансовыми и производственными критериями, основанными на ключевых факторах инвестиционной привлекательности деловой единицы.

4. Необходимо выработать такие критерии оценки, которые могут служить первым сигналом тревоги.

Финансовые показатели констатируют то, что уже произошло, когда исправить что-либо может быть уже слишком поздно. Первыми индикаторами неблагополучия способны служить такие простые критерии, как рыночная доля или динамика объема продаж и т.п.

Когда система оценки результатов станет неотъемлемым элементом корпоративной культуры и менеджеры освоятся с ее применением, можно приступать к организации системы поощрения.

Первейший принцип поощрения состоит в том, что оно должно побуждать сотрудников на всех уровнях организации к выполнению и соблюдению тех целевых индикаторов, которые были установлены на стадии разработки проекта.

При организации управления эффективностью работы персонала необходимо учитывать два безусловных требования, присущих процессу формирования инвестиционной привлекательности. Первое - менеджеры должны мыслить как собственники; для этого их вознаграждение необходимо увязать с их действиями, способствующими созданию стоимости для акционеров. Второй - талант менеджеров сам по себе является важным источником стоимости, поэтому нужно привлекать и сохранять такие кадры с помощью соответствующей системы поощрений.

Итак, каждой фирме необходим процесс, позволяющий направить поведение отдельных работников в русло общих усилий по формированию привлекательности и дающий им мотивацию (с помощью системы вознаграждения и поощрения) к высоким индивидуальным достижениям.

Как и управление эффективностью функционирования бизнеса, управление эффективностью работы персонала должно включать в себя установление целевых индикаторов и анализ самой эффективности. Индикаторы для отдельного работника должны быть привязаны к показателям, измеряющим факторы, за достижение которых он отвечает; это позволяет согласовать задачи предприятия с задачами сотрудника.

Оценка работников должна проводиться начиная с оценки общей доходности акций (для высшего руководства) до операционных факторов создания стоимости (для менеджеров среднего, низшего звена и линейных сотрудников). Не следует также забывать об индикаторах, относящихся к сфере коллективной ответственности (особенно в тех случаях, когда совместная работа играет важную роль в выполнении конкретных задач).

Последствия плохой работы должны быть очень наглядными, чтобы каждый сотрудник осознавал всю серьезность задачи достижения целевых

индикаторов. Не менее важна "наглядность" вознаграждения, если эффективность работы сотрудников оправдывает или превосходит ожидания.

Компаниям необходимы добротные системы вознаграждения за труд, способные служить настоящим источником мотивации работников. Высокоэффективные организации обычно сочетают три типа мотивационных рычагов, делая особый упор на каком-то одном из них [2]:

материальное поощрение - значительную долю оплаты труда составляет вознаграждение;

возможности карьерного роста - схемы быстрого продвижения по службе, в рамках которых отличники труда регулярно сменяют друг друга на все более ответственных должностях;

ценности и убеждения - система ценностей, позволяющая работнику испытывать глубокое удовлетворение от признания своих заслуг в качестве "мастера своего дела".

В идеале, управление эффективностью работы персонала должно способствовать персонификации для каждого сотрудника общей цели формирования инвестиционной привлекательности.

Вот как в общих чертах должна строиться система управления инвестиционной привлекательностью. "В общих чертах" это потому, что единого рецепта извлечения стоимости, применимого ко всем проектам и организациям, не существует. Единными могут быть только принципы, на которых должны строиться такие системы каждый раз для каждого предприятия и проекта.

* * *

1. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Д. Стоимость компаний: оценка и управление: Пер. с англ. М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 1999. 576 с.

2. Управление стоимостью компании: По материалам сайта "Вестник McKinsey" // <http://www.vestnikmckinsey.ru>

А.Н. Опекунов

*Кузнецкий институт информационных
и управленческих технологий (филиал
Пензенского государственного университета)*

РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ.

Крутой поворот в истории развития нашей страны от социалистического хозяйства к экономике рыночно-предпринимательского типа означает в то же время необходимость разработки новой парадигмы управления, разработка которой невозможна без учета опыта, накопленного экономической наукой.

В своем развитии организации прошли несколько этапов, различающихся по представлению об их сущностных чертах, взаимоотношениях с внешней средой и обществом в целом, о роли и функциях управления, а также о критериях успешности их функционирования и развития. Эволюцию этих понятий на протяжении последнего века можно проследить по четырем типам моделей, которые отражают как развитие

теории организации, так и практику использования ее основных положений:

- модель организации, базирующаяся на, теоретических положениях школы научного управления;

- модель организации, базирующаяся на положениях теорий человеческих отношений и поведенческих наук;

- модель организации, базирующаяся на положениях теории систем;

- модель организации, базирующаяся на представлении о роли организации как общественного института.

Моделирование позволяет выделить главное во взаимосвязи параметров организации, управления и эффективности. Следовательно, оно имеет значение не только с точки зрения теории, но и практики, нацеленной на успешное развитие организации.

Первая модель, известная под названием "механистической, или модели рациональной бюрократии", отражает представление об организации, сформировавшееся в конце прошлого века и получившее широкое распространение в первой половине XX столетия. Ее теоретической базой являются положения школы научного управления. Родоначальник этого направления Ф. Тейлор рассматривал эффективность совместного труда в организации с позиций времени и движения. Расчленение работы на автономные, полностью программируемые элементы и последующий оптимальный сбор их в единое целое - обязательные условия, которые в соответствии с этой теорией формируют высокопроизводительную организацию. Другой представитель этого теоретического направления - немецкий социолог - М. Вебер - выдвинул и обосновал положение, согласно которому самой эффективной формой человеческой организации является рациональная бюрократия. Предприятие - это механизм, представляющий собой комбинацию основных производственных факторов: средств производства, рабочей силы, сырья и материалов. Поэтому большое значение придается анализу технико-экономических связей и зависимости различных факторов производства.

Многие положения школы научного управления организацией не потеряли своего значения и в настоящее время, особенно для крупных предприятий, в которых сконцентрированы огромные и разнообразные по своему назначению ресурсы.

Вторая модель построена на определении организации как коллектива людей, выполняющих общую работу, используя принципы разделения и кооперации труда. Начало ее разработки относится к 30-м годам и связано с именами таких известных ученых, как Э.Мэйо, Д.Макгрегор, Ч.Барнард и Ф.Селзник, создавших основы теории человеческих отношений и поведенческих наук. В нашей стране идеи научного управления трудовыми коллективами, работающими на социалистических предприятиях, развивали А.К.Гастев, О.А.Ерманский, Н.А.Витке и многие другие ученые и практики, работавшие в различных организациях и институтах научной организации труда в 20-30-е годы. Модель организации строится исходя из главного положения теории о том, что важнейшим фактором производительности на предприятии является человек как социальный деятель. Поэтому элементами модели являются та-

кие составляющие, как внимание к работающим, их мотивация, коммуникации, лояльность, участие в принятии решений. Другими словами, моделируется система поддержания человеческих отношений внутри организации. При этом особое внимание уделяется стилю управления и его влиянию на показатели производительности и удовлетворенности работников своим трудом. Предпочтение отдается демократическому стилю, обеспечивающему наиболее полное раскрытие способностей работающих за счет их вовлеченности не только в процесс исполнения, но и в процесс разработки управленческих решений.

Возможности модели, построенной на основе теории человеческих отношений и поведенческих наук, в поиске резервов эффективности организации ограничиваются тем, что внимание концентрируется только на одном внутреннем факторе - человеческом ресурсе и подчинении ему всех остальных факторов производства.

В третьей модели организация представляется в виде сложной иерархической системы, тесно взаимодействующей с окружением. Ее основу составляет общая теория систем (основополагающий вклад за рубежом был сделан А. Чандлером, П. Лоуренсом, Дж. Лоршем; в нашей стране эти проблемы исследовались И.В. Блаубергом, Э.Г. Юдиным, В.В. Дружининым, В.Н. Садовским, В.Г. Афанасьевым и многими другими учеными, разрабатывавшими их по самым, различным направлениям), главная идея которой заключается в признании взаимосвязей и взаимозависимостей, элементов, подсистем и всей системы в целом с внешней средой. В соответствии с этими теоретическими положениями организации рассматриваются как составные части рынка, предопределяющего их структуру и системы управления. Ключевые факторы успеха их деятельности находятся в двух сферах: во внешней (из которой они получают все виды ресурсов, включая информацию, т.е. знание) и во внутренней (сильные и слабые стороны которой создают те или иные предпосылки для преобразования ресурсов в продукцию и услуги).

При оценке этой модели необходимо учитывать, что, несмотря на большое значение внешней среды, она лишь определяет "правила игры". Внутренняя среда любой организации, которая формируется под воздействием непрерывно принимаемых руководством управленческих решений, реально определяет уровень системной эффективности.

Четвертая модель представляет организацию как общественное образование, в деятельности которой заинтересованы различные группы как внутри, так и вне ее границ. Взаимосвязь интересов предопределяется тем, что организация для коллективного, основанного на разделении труда, производства товаров и услуг, использует ресурсы, предоставляемые поставщиками, интересы которых, в свою очередь, удовлетворяются продукцией данной организации. Таким образом, цели организаций трактуются не только в плане производства и сбыта каких-либо продуктов и получения прибыли, но и с позиций удовлетворения различных запросов связанных с ними групп: потребителей, поставщиков, конкурентов, инвесторов, общества в целом. В основе этой модели (она формируется с 80-х годов) лежит концепция заинтересованных групп, в соответствии с кото-

рой организации должны принимать во внимание разные интересы партнеров, круг которых может быть довольно широким.

Практика показывает, что в реальной действительности нет организаций, которые строили бы свою деятельность, в полном соответствии с какой-либо одной моделью. Чаще всего наблюдается процесс эволюционного перехода от одних приоритетов к другим, например от модели закрытого типа с ориентацией на оптимальное использование ресурсов к модели, представляющей собой открытую систему, результаты деятельности которой определяются по системному эффекту. В деятельности многих организаций (особенно, крупных) можно отметить наличие элементов всех четырех базисных концепций, каждая из которых используется там и в той мере, где и насколько это диктуется ситуационными условиями, учитывающими, воздействие совокупности внешних и внутренних факторов.

М.О. Орлова

*ООО "Волгопетрогазстрой"
г. Кстово Нижегородской обл.*

ПРОБЛЕМЫ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВ

В составе отраслевой структуры промышленного производства Нижегородской области в фактически действующих ценах нефтеперерабатывающая промышленность составляет немногим более 10% и, в основном, представлена ОАО "ЛУКОЙЛ-Волгопетрогазстрой". Это акционерное общество входит в состав 13 обществ ОАО "ЛУКОЙЛ" и имеет четыре дочерних объединения (ОАО "ЛУКОЙЛ-Нижегороднефтепродукт", ОАО "ЛУКОЙЛ-Владимирнефтепродукт", Чувашский и Марийский филиалы). ОАО "ЛУКОЙЛ-Волгопетрогазстрой" реализует свыше 60 наименований нефтепродуктов, вырабатываемых на ОАО "ЛУКОЙЛ-Нижегород нефтеоргсинтез" с объемом нефтепереработки по факту в 2002г. 10689 тыс. тонн (в 2001г. было переработано 6681 тыс. тонн). По ОАО "ЛУКОЙЛ-Волгопетрогазстрой" реализовано 1600,5 тыс. тонн нефтепродуктов, что на 35% больше чем 2001г. (в стоимостном выражении это составило 8349,7. против 7066,04 млн.руб. в 2001г. Прирост составил 84,6%) при этом цены на нефтепродукты в апреле - декабре 2002г. были относительно стабильны. Доля рынка, занимаемая ОАО "ЛУКОЙЛ-Волгопетрогазстрой" в 2002г., по сравнению с 2001г., увеличилась по: автомобильным бензинам на 146,6%; дизельному топливу - 173,5%; мазуту топочному - 116,8%; маслам нефтяным - 137,8%.

Общая площадь территории, входящей в зону ответственности ОАО "ЛУКОЙЛ-Волгопетрогазстрой", составляет 195 тыс. кв.км. с численностью населения 9,5 млн. человек и общим количеством автотранс-

портного парка более 1,8 млн. автомашин. Для этого парка поставляется, практически, 33% автомобильного бензина (в том числе 478 тыс. тонн в Нижегородскую область), который реализуется через 235 собственных автозаправочных станций.

Отгрузка нефтепродуктов осуществляется, в среднем, железнодорожным транспортом - 72%, трубопроводным - 25%, водным - 3% и автомобильным - 0,2%. Следует отметить, что, в среднем, общий износ магистральных трубопроводов превышает 70%, 34% эксплуатируется свыше 30 лет и лишь 7% трубопроводов имеет "возраст" менее 10 лет.

На основе проведенных маркетинговых исследований в целях успешного позиционирования предприятий на региональных рынках зоны ответственности необходимо решить следующие основные задачи:

- обновлять в соответствии с рыночным спросом номенклатуру производимой продукции;
- обозначать присутствие структурных подразделений предприятия, а также основные товарные группы, опираясь на которые возможно совершить рыночный прорыв и занять ведущие позиции на региональных рынках зоны ответственности;
- разрабатывать и обеспечивать внедрение организационной структуры управления производством и продвижением продукции на региональные рынки, основанной на широко разветвленной, восприимчивой к рыночному спросу и одновременно устойчивой диллерской сети;
- установить единый для всех структурных подразделений предприятия порядок формирования оперативного изменения цен реализации нефтепродуктов в соответствии с объемом и структурой рыночного спроса региона присутствия;
- достигать максимальной загрузки производственных мощностей по выпуску нефтепродуктов за счет внедрения инновационных технологий.

Д.А. Прокопович
*Самарский муниципальный
университет Наяновой*

МЕХАНИЗМЫ СОГЛАСОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ В ХОЛДИНГЕ

Существование в холдинге сложного переплетения интересов отдельных входящих в него предприятий и самого холдинга в целом возводит проблему их согласования в ранг первостепенных. Важной задачей руководства холдинга в этой связи становится решение возникающих противоречий посредством применения механизмов согласования экономических интересов с целью обеспечения долговременного существования холдинга и усиления его рыночных позиций.

Проблема согласования экономических интересов возникает главным образом при перераспределении инвестиционных ресурсов в рамках холдинга. В целях получения синергетического эффекта управление инвестиционными ресурсами в холдинге, как правило, осуществляется

централизованно. Для этого свободные средства предприятий холдинга направляются (виртуально или реально) в единый инвестиционный фонд, а затем перераспределяются между предприятиями в зависимости от ранжирования их инвестиционных программ. Сгенерированная прибыль также поступает в распоряжения централизованного фонда и подлежит дальнейшему перераспределению. Существуют варианты частичной и полной централизации. По первому варианту участники холдинга передают в централизованное управление только часть финансовых ресурсов, остальная часть используется на реализацию собственных организационно-технических мероприятий. По второму варианту, в централизованное управление передается вся сумма имеющихся на предприятии финансовых ресурсов. С точки зрения всего холдинга эффективность размещения инвестиций по второму варианту будет выше, чем по первому. Однако первый вариант включает в себе мотивационный аспект менеджеров предприятий-участников холдинга.

При применении любого из указанных вариантов централизованного управления инвестиционными ресурсами в холдинге необходимо учитывать экономические интересы предприятий входящих в холдинг, как если бы они не являлись его участниками, согласовывать их друг с другом и с интересами самого холдинга.

Согласование экономических интересов в холдинге при перераспределении инвестиционных ресурсов происходит посредством специальных механизмов согласования на основе разработанной единой инвестиционной политики, которая должна содержать общие положения по следующим вопросам:

- принципы формирования единого инвестиционного фонда в рамках холдинга;
- приоритеты инвестирования средств и распределения сгенерированной прибыли в рамках холдинга;
- правила формирования и изменения инвестиционной программы холдинга;
- критерии эффективности размещения инвестиций;
- принципы распределения прибыли от инвестиций в рамках холдинга;
- расширение круга предприятий холдинга за счет инвестирования;
- альтернативное размещение свободных инвестиционных ресурсов;
- привлечение инвестиционных средств из внешних источников;
- стимулирование руководителей и рядовых сотрудников к эффективному инвестированию.

Положения инвестиционной политики заранее оговариваются и согласуются со всеми участниками холдинга.

Б. Кузин, В. Юрьев, Г. Шахдинаров [1] в качестве механизма согласования экономических ресурсов при распределении инвестиционных ресурсов предлагают две экономико-математические модели: для варианта, когда участники группы являются звеньями одной технологической цепочки (объединение по вертикали), и варианта, когда участники группы практически не связаны между собой материальными потоками (объединение по горизонтали). На основе данных экономико-

математических моделей предложим единую модель, учитывающую особенности обоих вариантов, а также варианта, когда объединение обладает нерегулярной структурой.

Предлагаемый механизм согласования экономических интересов строится следующим образом.

По каждому предприятию холдинга (в том числе и головной компании) готовятся предложения по размещению инвестиционных ресурсов в разрезе различных мероприятий, которые, в свою очередь, могут быть следующих видов:

- инвестирование в текущий бизнес (расширение, реконструкция, модернизация);
- создание новых проектов в рамках существующих предприятий;
- включение в холдинг новых предприятий (создание, приобретение, слияние).

По каждому мероприятию указывается необходимый объем инвестиционных ресурсов и плановая прибыль (а также плановая прибыль на один рубль затрат - это не писать). При этом рассчитывается также прирост прибыли от мероприятия в других предприятиях холдинга, который может произойти из-за наличия тесных технологических, материальных и прочих связей между отдельными предприятиями. В данном положении сделан акцент на то, что в некоторых мероприятиях может быть заинтересовано одновременно несколько предприятий холдинга. В полной мере такой анализ реально осуществить только при централизованном планировании. Инструментом таких расчетов может служить бюджетная модель. Одновременно с этим анализируются различные альтернативные варианты размещения финансовых ресурсов (банковский депозит, ценные бумаги, недвижимость и пр.), в результате чего определяется критерий эффективности инвестирования.

Необходимо отметить, что прибыль от инвестиций в одно и то же мероприятие может зависеть от объема инвестиций. Данная зависимость может быть выражена функцией полезности: $P=f(x)$, где P - прибыль от инвестиций, а x - объем вложенных средств. Функция полезности может также содержать ограничения по объему инвестирования, поскольку зачастую возникают ситуации, когда инвестирование в размерах меньших или больших определенного объема не имеет смысла. Построив данную функцию, несложно найти оптимальные объемы инвестирования. Однако в целях дальнейшего упрощения модели согласования экономических интересов представляется целесообразным представлением функции полезности по каждому мероприятию в виде ряда дискретных вариантов осуществления данного мероприятия, что на практике предприятиям будет сделать значительно проще, чем строить функцию полезности по каждому мероприятию и затем решать сложную экономико-математическую модель.

Таким образом, в предлагаемой модели дискретные варианты инвестирования по каждому мероприятию рассматриваются как отдельные мероприятия, при этом вводится запрет на одновременный выбор противоречивых мероприятий (вариантов одного мероприятия). Учтем в данной модели также и то, что распределенными по предприятиям холдинга могут быть не только прибыль от инвестиций, но и сами инвести-

ционные расходы. То есть, какое либо мероприятие (или его вариант) может предполагать совместное осуществление на нескольких предприятиях холдинга.

Полученные планово-аналитические данные представляются в форме следующей таблицы.

Свод данных по инвестиционным мероприятиям в холдинге

Мероприятия		По предприятиям холдинга				Итого по холдингу
		1	2	3	...	
1	прибыль					
	инвестиции					
2	прибыль					
	инвестиции					
...	прибыль					
	инвестиции					
Итого	прибыль					
	инвестиции					

На основе этой информации определяются оптимальный план инвестирования для каждого предприятия в отдельности, для чего решается следующая задача:

$$P_j = \sum_{i=1}^m p_{ij} * y_{ij} \rightarrow \max ,$$

$$\sum_{i=1}^m c_{ij} * y_{ij} \leq C_j ,$$

$$y_{ij} = \{1, 0\} ,$$

$$y_{ij} = 0, \text{ для } i, j \in A ,$$

$$\sum_{i=u}^w y_{ij} = 1, \text{ для } u, w \in B ,$$

где P_j - суммарная прибыль по мероприятиям для j -го предприятия;

p_{ij} - прибыль от i -го мероприятия для j -го предприятия;

c_{ij} - инвестиционные расходы j -го предприятия в i -тое мероприятие;

C_j - объем инвестиционных ресурсов j -го предприятия;

y_{ij} - "вектор стратегий" j -го предприятия, показывающий планируется ли осуществление инвестиции в i -тое мероприятие: если $y_{ij}=1$, то планируется; если $y_{ij}=0$, то не планируется;

$y_{ij} = 0, \text{ для } i, j \in A$ - необходимое для корректного решения задачи ограничения на включение в "вектор стратегий" j -го предприятия тех мероприятий,

по которым оно не несет инвестиционных расходов, где A - совокупность номеров таких мероприятий;

$\sum_{i=u}^w y_{ij} = 1, \text{ для } u, w \in B$ - запрет на одновременный выбор противоре-

чивых мероприятий (вариантов одного мероприятия), где u, w - параметры выбора, B - совокупность номеров противоречивых мероприятий.

Решением данной задачи для j-го предприятия будет "вектор стратегий" y_{ij}^* , максимизирующий его прибыль. Совокупная прибыль холдинга, при реализации рассчитанных таким образом оптимальных планов инвестирования каждого предприятия определяется по следующей формуле:

$$PS_D = \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m p_{ij}^* y_{ij}^*,$$

где PSD - совокупная прибыль холдинга при децентрализованном использовании инвестиционных ресурсов.

Далее для составления оптимального плана инвестирования для всего холдинга решается следующая задача:

$$PSC = \sum_{i=1}^m \left(x_i * \sum_{j=1}^n p_{ij} \right) \rightarrow \max,$$

$$\sum_{i=1}^m \left(x_i * \sum_{j=1}^n p_{ij} \right) \leq \sum_{j=1}^n c_j,$$

$$x_i \in \{1, 0\},$$

$$\sum_{i=u}^w x_i = 1, \text{ для } u, w \in B,$$

где PSC - совокупная прибыль холдинга при централизованном использовании инвестиционных ресурсов;

x_i - "вектор стратегий" холдинга, показывающий планируется ли осуществление инвестиции в i-тое мероприятие: если $x_i=1$, то планируется; если $x_i=0$, то не планируется.

Решением данной задачи будет "вектор стратегий" x_i^* , максимизирующий совокупную прибыль холдинга. Совокупная прибыль холдинга, при реализации рассчитанного таким образом оптимального плана централизованного инвестирования рассчитывается по следующей формуле:

$$PSC = \sum_{i=1}^m \left(x_i^* * \sum_{j=1}^n p_{ij} \right).$$

Ключевым вопросом согласования экономических интересов является распределение между предприятиями холдинга сгенерированной прибыли при централизованном использовании инвестиционных ресурсов. При этом каждое предприятие в отдельности должно получить прибыль не меньше той, которую оно получило бы при децентрализованном использовании инвестиционных ресурсов (можно добавить ограничение по эффективности: и не меньше критерия эффективности). Прежде чем обратиться непосредственно к рассмотрению вариантов распределения сгенерированной прибыли, необходимо сделать дополнительные расчеты:

$$Cd_j = \sum_{i=1}^m c_{ij}^* y_{ij}^*,$$

$$\Delta PS = PSC - PSD,$$

где Cd_j - суммарные инвестиционные расходы j-го предприятия при децентрализованном использовании инвестиционных ресурсов в холдинге;

ΔPS - эффект (прирост прибыли) от централизации использования инвестиционных ресурсов в холдинге.

Можно выделить два способа распределения прибыли от централизованного инвестирования между предприятиями холдинга. Первый способ предполагает распределение полученной прибыли холдинга от централизованного инвестирования пропорционально объемам инвестиционных ресурсов, имеющих в распоряжении предприятий, при этом прибыль предприятий составит:

$$S_j = C_j * \frac{PSC}{\sum_{j=1}^n C_j},$$

где S_j - прибыль j-го предприятия.

При данном способе распределения в более выгодном положении оказываются те предприятия, которые располагают большими средствами и менее эффективными инвестиционными мероприятиями [1, с. 408].

Второй способ распределения сгенерированной прибыли представляется более справедливым. Он заключается в том, что прибыль предприятий формируется из двух частей: прибыли, которое предприятие получило бы при децентрализованном инвестировании, и компенсации за использование его инвестиционных ресурсов при централизованном инвестировании, которые не были бы использованы при децентрализованной схеме. Исходя из этого, прибыль предприятий рассчитывается по следующей формуле:

$$S_j = \sum_{i=1}^m p_{ij}^* y_{ij}^* + \frac{\Delta PS * (C_j - Cd_j)}{\sum_{j=1}^n (C_j - Cd_j)}.$$

При осуществлении централизованного планирования в рамках холдинга, исключая манипулятивные действия отдельных участников холдинга, данный способ распределения прибыли от инвестиций вполне отвечает предъявляемым требованиям объективности.

1. Кузин Б., Юрьев В., Шахдинаров Г. Методы и модели управления фирмой. СПб.: Питер, 2001. 432 с.

В.А. Проскурина, О.Н. Гончаренко
Южно-Российский государственный
университет экономики и сервиса
г. Шахты

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ РАСХОДОВ НА НИОКР СОГЛАСНО ПБУ 17/2003

С 1 января 2003 г. вступило в силу Положение по бухгалтерскому учету "Учет расходов на научно-исследовательские, опытно-

конструкторские и технологические работы" (ПБУ 17/2003), утвержденное приказом МФ РФ от 19.11.2002 № 115н. Данное Положение распространяется только на организации, выполняющие научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы своими силами или являются по договору заказчиком указанных работ.

Заметим, что до вступления в силу ПБУ 17/02 на практике для отражения расходов, связанных с выполнением НИОКР, использовали такие счета: 20 "Основное производство", 29 "Обслуживающие производства и хозяйства", 97 "Расходы будущих периодов". В результате числящиеся по состоянию на 1.01.2003 г. остатки по этим счетам в части незаконченных НИОКР следует перенести на счет 08 "Вложения во внеоборотные активы".

Согласно ПБУ 17/2002 к расходам по НИОКР относят услуги сторонних организаций, стоимость материально-производственных запасов, обородования, которые используются для исследований и разработок. Сюда же включают амортизацию основных средств и нематериальных активов, если они используются для проведения НИОКР. Такими же расходами будет зарплата сотрудников, которые проводят исследования, общехозяйственные расходы, связанные с выполнением данных работ, и др.

На стадии проведения НИОКР фактически произведенные затраты, независимо от результата работ, отражаются в бухгалтерском учете в качестве вложения во внеоборотные активы (п.5 ПБУ 17/02).

Необходимо иметь в виду, что не все затраты на НИОКР можно учесть как вложения во внеоборотные активы. К ним не относятся: расходы на освоение природных ресурсов, затраты на подготовку и освоение производства, затраты, связанные с совершенствованием технологии и организации производства, с улучшением качества и дизайна продукции. Такие расходы отражают в учете в составе текущих производственных затрат либо расходов будущих периодов.

Порядок отражения затрат на проведение НИОКР зависит от способа их выполнения.

Рассмотри способы выполнения НИОКР и отражение затрат на НИОКР.

При выполнении работ собственными силами организации подразделению выдается техническое задание, с учетом которого разрабатывается программа или тематика работ. Аналитический учет ведут по каждому виду НИОКР и элементам затрат. Фактически произведенные затраты на НИОКР признаются по-разному в зависимости от результата работ. Поэтому сумму НДС по таким затратам целесообразно учитывать на отдельном субсчете счета 19 "НДС по приобретенным ценностям"

Если коммерческая организация является заказчиком НИОКР, то для проведения таких работ она заключает договор на выполнение НИОКР в порядке, определенном ГК РФ. Аналитический учет расходов в данном случае ведется обособленно по видам работ, договорам.

Иногда бывают случаи, когда исследования и разработки не приносят того результата, на который предприятия надеялось. Тогда стоимость расходов на НИОКР в учете организация должна отразить как внебюджетные расходы на счете 91 "Прочие доходы и расходы".

Для целей налогообложения прибыли затраты на НИОКР, не давшие положительного результата, признаются в размере, не превышающей 70 % фактически произведенных расходов. Следовательно, 30 % фактически произведенных затрат на НИОКР подлежат обложению НДС.

В отличие от бухучета расходы на исследования и разработки, которые не дали положительного результата, для целей налогообложения учитывают не сразу. Такие затраты организации включают в состав прочих расходов в течении трех лет.

По завершенным научно-исследовательским работам составляется отчет, а по завершенным опытно-конструкторским и технологическим работам представляется разработанный образец нового изделия. Завершенные НИОКР принимаются к бухгалтерскому учету на основании акта приемки выполненных работ. При этом затраты на их проведение в учете могут быть признаны в качестве нематериальных активов, внебюджетных расходов или расходов на НИОКР в зависимости от полученного результата.

С введением настоящего ПБУ 17/02 изменился порядок применения счета 04 "Нематериальные активы". Так, результаты НИОКР, используемые для производственных или управленческих нужд организации, которые удовлетворяют критериям признания согласно ПБУ 14/2000 "Учет нематериальных активов", учитывается на счете 04 "Нематериальные активы".

Если результаты НИОКР, используемых для производственных или управленческих нужд, не удовлетворяют критериям признания в качестве нематериальных активов, то они должны учитываться на счете 04 обособленно по видам расходов в качестве вложений во внеоборотные активы.

Первоначальная стоимость нематериальных активов, созданных самой организацией, определяется как сумма фактических расходов на их создание, за исключением возмещаемых налогов.

Нематериальные активы считаются созданными, если (п.7 ПБУ 17/02):

- исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности, полученные при выполнении служебных обязанностей, принадлежит организации-работодателю;
- исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности, полученные автором по договору с заказчиком, принадлежит организации-заказчику.

В.П. Рябов, Б.Я. Татарских, О.Л. Хохлова
*Самарская государственная
экономическая академия.*

СТРУКТУРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОНСТРУКЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ В МАШИНОСТРОЕНИИ

В машиностроении необходима системная технологическая модернизация предприятий для снижения негативного воздействия фактора

технологической многоукладности и в первую очередь это относится к машиностроению (транспортному, сельскохозяйственному, строительному-дорожному и др.) Технологическая многоукладность определяется различными причинами и прежде всего обрабатываемых исходным материалом и парком основного производственного оборудования и во многих случаях энергетической многоукладностью, которая обуславливается несопряженностью технологических энергоносителей (например, газа и электроэнергии). Существующая технологическая многоукладность в машиностроении приводит к дополнительным затратам по всем переделам, начиная с заготовительного. Кроме того, отрицательные факторы технологической многоукладности увеличивают производственный цикл, что характерно для предприятий машиностроения, где изготавливается особо сложная наукоемкая продукция (тяжелое и энергетическое машиностроение, авиа- и судостроение и др.). Классические подходы к совершенствованию технологий в большинстве отраслей машиностроения не позволяют существенно повысить эффективность производства так как функционально-производственная система "оборудование - материалы - энергоносители - рабочая сила" не имеет экономически оптимального обоснования в силу ряда причин. Так, очень медленно внедряются новейшие компьютерные технологии проектирования цикла процесса создания машин и оборудования. Пока технологический маркетинг в системе предприятий машиностроения не получил широкого распространения. В отраслевых НИИ недостаточно глубоко исследуются тенденции появления новых исходных конструкционных и инструментальных материалов. Все еще сохраняются определенные организационно- хозяйственные барьеры между предприятиями металлургического комплекса и машиностроительного, что не позволяет использовать эффект синергии. Высокие тарифы на электроэнергию в стране существенно сдерживают широкое развитие электрометаллургии, где достигается более высокий уровень качества исходных конструкционных и инструментальных материалов.

Системный анализ истории развития техники, особенно - таких ее приоритетных направлений, как авиация, космос, машиностроение, в том числе - транспортное судостроение, свидетельствует о том, что одним из важнейших звеньев технического прогресса в этих и других отраслях являются новые материалы и высокие технологии.

В настоящее время перспективные материалы определяют реализацию практически любой научно-технической идеи, создание конкурентоспособной, современной техники. Например, создание газотурбинного двигателя стало возможным лишь после появления новых жаропрочных сплавов и технологии изготовления из них его деталей. Новые материалы и новые технологии защиты космических кораблей типа "Шаттл" и "Буран" от аэродинамического нагрева обеспечили саму возможность их космических полетов. Как отмечает академик РАН Нефедов О.В., роль материалов и новых технологий в ближайшем и отдаленном будущем, несомненно, будет возрастать. При их создании все большее значение будут иметь фундаментальные исследования, в том числе - междисциплинарные. Примером таких исследований могут служить совместные работы институтов РАН и отраслевых научно-

технических центров. В том числе - Государственного научного центра в области авиационных материалов и технологии ГП "ВИАМ".

Выполненные совместные исследования учеными ведущих НИИ РАН в области алюминиевых, титановых сплавов, керамики, полимерных композиционных материалов не только обогатили материаловедческую науку, но и позволили создать и применить в авиакосмической и других отраслях техники новейшие материалы и технологии, которые во многих случаях не уступают лучшим зарубежным. К таким исследованиям относятся, например, такие как:

- создание алюминий-литиевых сплавов, которые обеспечивают снижение веса конструкций на 15-20 %. А также повышение коррозионной стойкости и жесткости,

- разработка новой технологии и оборудования высокоградиентной направленной кристаллизации жаропрочных сплавов с градиентом температур у фронта кристаллизации до 200°C, что обеспечивает ультраплотную, бездефектную структуру с незначительной степенью развития ликвационных процессов,

- создание на основе нанотехнологии теплостойких (до 400 - 450°C) углепластиков,

- создание теплостойких герметиков с рабочей температурой до 400°C на основе метилфенилполисилоксановых эластомеров, работоспособных в воздушной среде, и теплоуплотнителей (до 300°C) материалов на основе метилтрифторпропиловых эластомеров, эксплуатируемых в среде топлива и масел,

- создание специальных, так называемых "интеллектуальных" материалов, которые под воздействием нагрузок способны саморазгружаться за счет реализации эффекта адаптации в углепластиках с заранее заданной и регулируемой анизотропией упруго-деформационных свойств,

- создание титановых сплавов с дополнительным новым видом дисперсионного упрочнения, что в сочетании с низкой диффузионной подвижностью атомов в матрице и на границах фаз субструктур позволяет на 20 - 25% повысить жаропрочность и статическую прочность.

Проблемы перехода предприятий к освоению технологий двойного назначения связаны с отсутствием организационно-правового механизма и соответствующего банка данных о так называемых закрытых технологиях и в связи с определенными межотраслевыми информационными барьерами. Опыт многих предприятий показывает, что даже в рамках одной отрасли (например, авиационной промышленности) нет единого научно-информационного и аналитического центра, где велась бы работы по отбору к широкому (или просто внедрению) новейших технологических достижений, реализация которых позволила бы обеспечить существенный технико-экономический эффект. Аналогичная ситуация характерна и для области (сферы) применения новых конструкционных и инструментальных материалов, получение которых осуществляется часто в одной отрасли (автомобилестроение, самолетостроение, судостроение, химическое и нефтегазовое машиностроение и т.д.). Например, многие новейшие материалы многофункционального назначения разработанные во Всероссийском научно-исследовательском институте легких сплавов не находят своего приме-

нения даже на предприятиях отечественной авиационной и аэрокосмической промышленности.

Металлургические заводы России часто не обеспечивают потребность машиностроителей в заготовках необходимого сортамента в полном объеме. Сейчас, когда нет в стране практически госзаказа даже для предприятий ОПК, многие машиностроительные предприятия вынуждены сохранять технически отсталые заготовительные производства. Для снижения уровня металлоемкости машин и оборудования особое значение имеет повышение качества исходных металлов. В постоянном улучшении качественных характеристик черных и цветных металлов и заключается практически единственный и наиболее экономически рациональный путь к интенсификации в машиностроении. Так, прогрессивные сплавы на титановой основе в 1,5-2 раза уменьшают вес машин, в 4-5 раз сокращают расходы на их ремонт. Срок эффективной службы многих видов машин и оборудования пока значительно ниже оптимального уровня. Это в первую очередь относится к сельскохозяйственной технике и транспортным средствам. Научно-технический прогресс является основой создания принципиально новых конструкционных и инструментальных материалов, в том числе и композиционных. Уникальные качества композиционных материалов находят применение в самых различных машиностроительных производствах. Зарубежный и отечественный опыт показывает, что использование композитов для изготовления деталей в авиакосмической, судостроительной и других отраслях машиностроения дает значительный технический и экономический эффект. Однако принципиально новые конструкционные материалы реализуются по высоким ценам что сдерживает их широкое внедрение. Следует отметить и то, что пока нет методических разработок по оценке социально-экономической эффективности многих новейших конструкционных и инструментальных материалов.

В системе машиностроения в заготовительных производствах имеются большие резервы экономного металлопотребления, что обуславливается тем что:

- во -первых, основное технологическое оборудование в заготовительных производствах по структуре слабо приспособляется к новым организационно-хозяйственным условиям. Отсутствие экономически оптимальных кооперированных связей (система "металлургия-машиностроение") приводит к нерациональным поставкам отдельных видов заготовок, что обуславливает дополнительные затраты на предприятиях машиностроения и металлообработки;

- во-вторых, новые методы обработки металла в связи с отсутствием соответствующего оборудования (в первую очередь это относится к кузнечно-штамповочным цехам) не позволяют использовать многие положительные технико-экономические характеристики новых марок стали и сплавов из цветных металлов.

Поэтому целесообразно при техническом перевооружении предприятий машиностроения в первую очередь решать задачи в системе заготовительных производств, вводя в эксплуатацию современное металлообрабатывающее оборудование на основе информации о параметрах исходных заготовок и полуфабрикатов. В этой связи следует определять оптимальную структуру

парка основного технологического оборудования на основе оценки динамики уровня использования металла и темпов технологической трудоемкости по ведущим переделам. Данные показывают, что в системе предприятий спецметаллургии имеются резервные мощности уникального кузнечно-прессового и штамповочного оборудования, использование которого могло бы обеспечить предприятия массового машиностроения экономически выгодными заготовками в требуемых масштабах. Однако, здесь необходимо влияние государственных органов при решении этого вопроса, так как большая доля уникального металлообрабатывающего оборудования "приписана" к системе ВПК (в том числе в судостроении и авиационной промышленности). Наиболее сложными остаются вопросы управления НТП в ведущих отраслях экономики страны при прогнозировании инвестиционного обеспечения развития производительных сил России.

О.В. Сафонова

*ООО "Институт независимой оценки"
г. Самара*

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Самарская область по экономическому потенциалу и перспективам развития занимает одно из ведущих мест среди регионов Российской Федерации. Это подтверждается как статистическими данными, так и результатами различных независимых исследований.

Промышленность области представлена почти полным набором отраслей - это добыча и переработка природных ресурсов, электроэнергетика, химия и нефтехимия, металлургия, машиностроение (включая автомобилестроение, производство подшипников, авиационное и космическое машиностроение), а также легкая и пищевая промышленность.

Актуальность исследуемой проблемы определяется предпосылками формирования единых земельно-имущественных комплексов в целом, в том числе земельно-имущественных комплексов промышленных предприятий. Основными предпосылками являются: создание дополнительных внутренних источников инвестиций, обеспечивающих увеличение производственного потенциала предприятий; формирование единой налогооблагаемой базы объектов недвижимого имущества предприятий; повышение инвестиционной привлекательности промышленных предприятий для внешних инвесторов. В статье рассматривается каждая из перечисленных предпосылок формирования единых земельно-имущественных комплексов промышленных предприятий Самарской области, проблемы связанные с процессом их формирования, а так же предлагаются некоторые рекомендации по решению этих проблем.

В период с 1997 по 2001 годы наблюдался устойчивый рост объемов промышленного производства, однако, в 2002 году наметилась тенденция к его снижению, которая сохранилась в первой половине 2003 года. В этой связи, одной из ключевых проблем развития экономики

области является проблема сбалансированности предложения товаров и услуг, производимых местными предприятиями и совокупного спроса на них. Причинами возникновения этой проблемы являются, с одной стороны, низкое качество потребительских товаров, не соответствующее растущим потребностям населения, с другой - высокий уровень цен, сравнимый с ценами на товары импортного производства.

Очевидно что товары высокого качества, да еще с низкими затратами на производство невозможно производить на изношенном оборудовании, в цехах с полуразрушенными коммуникациями. Все острее встает проблема физического и морального старения основных фондов, особенно их ведущей части - машин и оборудования.

В связи с этим, одной из основных задач развития промышленности области является создание условий для повышения конкурентоспособности продукции и роста производительности труда преимущественно на основе модернизации производственно-технического аппарата, а так же создание условий, при которых предприятия имели бы возможность привлечения заемных средств.

В настоящее время процесс модернизации и перевооружения производственных комплексов промышленных предприятий, особенно перерабатывающих производств, идет медленными темпами, что связано с недостатком инвестиций в основной капитал. Несмотря на то, что инвестиционный рейтинг Самарской области, по оценкам мировых рейтинговых агентств, выше чем у регионов конкурентов, таких как Московская область, Башкортостан, Татарстан наши предприятия все же страдают от нехватки средств на обновление основных фондов.

Так, по данным Департамента экономического развития и инвестиций администрации Самарской области на начало 2003 года рост промышленного производства опережает рост инвестиций в основной капитал в промышленности в 1,7 раза и составляет 77,2% и 45,3% к уровню 1990 года соответственно.¹

Основным источником инвестиций в развитие и обновление материально-технической базы промышленных предприятий являются собственные средства, то есть прибыль от производственно-хозяйственной деятельности. Так в 2002 году инвестиции в основной капитал промышленных предприятий области составили 19507,6 млн. руб., из них 73,92% приходилось на собственные средства, 26,07% на привлеченные средства, 0,01% на бюджетные источники.^{2,2} Однако удельный вес убыточных предприятий в числе предприятий промышленности остается достаточно высоким (по итогам 2002 г. этот показатель составил в целом по промышленности 43,2%), а следовательно большая часть предприятий находится в тупиковой ситуации. С одной стороны, у таких предприятий отсутствуют внутренние источники инвестиций в основной капитал. С другой стороны, они мало интересны внешним инвесторам, которые могли бы вложить средства в развитие производства, но делают это крайне неохотно, что связано в первую очередь с большим

объемом и длительностью окупаемости инвестиционных проектов в отраслях промышленности, особенно в машиностроении, химии и нефтехимии.

Таким образом, доступным и, зачастую единственным, источником финансовых средств для большинства промышленных предприятий являются кредиты банков. Однако и здесь существуют свои проблемы. В качестве обеспечения возврата банковских кредитов, предприятия должны "набрать залоговую массу", то есть предоставить под залог наиболее ликвидную часть своих активов. Практика показывает, что банки неохотно принимают под залог машины, технологическое оборудование и другие части "активных" производственных фондов, тогда как объекты недвижимости являются обеспечением примерно 75% договоров залога.

Казалось бы активная часть основных фондов, более востребованная и реализуемая с меньшими затратами в случае возникновения необходимости возврата кредита, должна быть больше интересна банковским структурам, чем недвижимость. В реальности ситуация складывается прямо противоположным образом. Объяснение этому явлению можно найти проанализировав данные по степени износа основных фондов предприятий: на начало 2003 года в машиностроении и металлообработке износ зданий составил 26,5%, машин и оборудования 81,6%; в химической и нефтехимической -27,5% и 74%; в легкой 28% и 73,7%; в целом по промышленности 29,9% и 75,8% соответственно. Понятно, что банки не принимают морально устаревшее разваливающееся оборудование, которое практически не возможно реализовать на открытом рынке, тогда как рынок недвижимости отличается большой активностью.

В ситуации с объектами недвижимости, рассматриваемыми в качестве предмета залога, так же возникают проблемы. Согласно федеральному закону "Об ипотеке (залоге недвижимости)" в качестве предмета залога могут выступать: свободные земельные участки; единые объекты недвижимости то есть и здания (сооружения, прочие улучшения) и земельные участки на которых они расположены; отдельные помещения; а так же имущественные права на недвижимость. При этом обязательным условием получения кредита является наличие соответствующих правоудостоверяющих документов, юридически оформленных в соответствии с нормами действующего законодательства. Такими документами, как правило, являются свидетельства о регистрации прав на улучшения (здания, сооружения) и земельные участки.

Из перечисленных объектов недвижимости наиболее интересны банкам, конечно же, единые объекты недвижимости, которые обладают наибольшей ликвидностью. Можно конечно, заложить не здания и сооружения имущественного комплекса, а только отдельные помещения. В этом случае банк не потребует у предприятия-заемщика правоустанавливающие документы на земельный участок, однако, при этом и рыночная стоимость такого объекта, являющаяся базой для исчисления

¹ Гришина О. Что мешает инвесторам?// Дело. 2003. № 34. С. 4.

^{2,2} Промышленность Самарской области: Стат. сб. / Самарский областной комитет государственной статистики. Самара, 2003. С. 83.

¹ Промышленность Самарской области: Стат. сб. / Самарский областной комитет государственной статистики. Самара, 2003. С. 67.

суммы залога, будет в несколько раз меньше, чем ожидает получить предприятие при планировании источников инвестиций в развитие материально-технической базы. Застроенные земельные участки (на территории предприятия) отдельно от зданий по понятным причинам вообще не принимаются банками в качестве предмета залога.

Рассматривая более подробно правовые аспекты формирования единого земельно-имущественного комплекса промышленных предприятий, следует отметить следующие основные моменты.

Земельным кодексом РФ определяются права собственности и использования на земельные участки для юридических лиц, основными из которых являются право собственности, право постоянного бессрочного пользования, право аренды.

С юридической точки зрения право собственности на земельные участки является оборотоспособным, то есть собственник земельного участка может без ограничения совершать с ним любые сделки предусмотренные гражданским законодательством. Тогда как право аренды и право постоянного бессрочного пользования не являются оборотоспособными.

В ситуации, когда производственные здания и сооружения находятся в собственности предприятия, а земельный участок оформлен на праве постоянного бессрочного пользования, единый имущественный комплекс (или его отдельные части) не может являться предметом залога. Так как, во-первых, акт отвода земельного участка, выделенного предприятию на праве постоянного бессрочного пользования, не является документом правоудостоверяющим, а носит правоустанавливающий характер, а во-вторых, согласно Земельному кодексу приватизированные предприятия должны в срок до 1 января 2004 года переоформить свои земельные участки под зданиями, сооружениями и прочими объектами производственной инфраструктуры, находящиеся в бессрочном пользовании, в собственность или аренду.

В ситуации, когда производственные здания и сооружения находятся в собственности предприятия, а земельный участок на праве аренды, возникают другие проблемы связанные с получением банковских кредитов.

Сегодня основным собственником земель под промышленными предприятиями является государство, и как правило, в аренду сдаются земельные участки, ограниченные в обороте. В данном случае это инструмент государственного регулирования рынка. Теоретически, право аренды может являться предметом залога (ипотеки), при условии, что арендодатель дает согласие на такую сделку. Следует отметить, что залоговые операции подпадают под юрисдикцию гражданского права, а оборот земельных участков регулируется земельным законодательством. Подразумевается, что, давая согласие на залог, арендодатель автоматически дает разрешение на реализацию права в случае взыскания залога, то есть согласие на вовлечение в оборот права аренды земельного участка, что вытекает из определения залога.

Так как основным арендодателем является государство, а процедура согласования действий арендатора, который желает заложить право аренды, и арендодателя специально не определена в действующем зако-

нодательстве, возникает существенное препятствие на пути получения залога при таком сочетании прав в земельно-имущественном комплексе промышленного предприятия.

Ситуация с получением кредитов банков не единственная предпосылка формирования земельно-имущественных комплексов предприятий. Одним из направлений налогово-бюджетной политики Российской Федерации в целом и Самарской области, как субъекта Федерации в частности, является замена налога на имущество предприятий и земельного налога налогом на недвижимость. Эта процедура возможна только при условии выкупа в собственность земельных участков ранее приватизированными предприятиями. Кроме того, налоговые платежи за земельные участки меньше арендных, что дает экономию средств в размере разницы между земельным налогом и арендной платой.

Еще одним важным моментом, указывающим на целесообразность оформления прав собственности на недвижимость предприятий, является повышение привлекательности промышленных комплексов как объектов инвестиций. Имеется в виду, что предприятие, сформировавшее единый имущественный комплекс, может осуществлять дополнительные эмиссии ценных бумаг, которые в этом случае будут реально обеспечены активами.

Таким образом, наиболее выгодным сочетанием прав, обеспечивающим формирование единых земельно-имущественных комплексов промышленных предприятий, является ситуация когда и земельные участки и их улучшения находятся в собственности предприятий.

Выкуп земельных участков приватизированными предприятиями, как промышленности, так и других отраслей хозяйства, является составляющей первичного рынка земли. Поскольку передача земельных участков в собственность предприятиям выступает одним из основных механизмов формирования их имущественных комплексов, представляется целесообразным подробнее остановиться на некоторых проблемах выкупа земельных участков промышленными предприятиями Самарской области.

Основные проблемы, с которыми сталкиваются предприятия при выкупе земельных участков в собственность, связаны с определением выкупной цены и со сроками оформления выкупа и регистрации прав на землю.

Одним из важнейших вопросов на современном этапе развития рыночных отношений является вопрос, по какой цене должен выкупаться земельный участок. Выкупная цена за земельные участки устанавливается местными властями в городах с населением свыше 3 млн. человек в пределах от 5 до 30 ставок земельного налога за единицу площади, в городах численностью от 500 тыс. до 3 млн. человек от 5 до 17 ставок, в населенных пунктах с населением менее 500 тыс. человек от 3 до 10 ставок. Правительство первоначально предполагало максимально 10 ставок земельного налога для всех, считая, что это не создаст нагрузки на бизнес, а бюджет что-то получит от такой доприватизации. Местные власти, устанавливая максимальные размеры выкупных платежей, стремились пополнить таким образом бюджеты. В итоге во многих областях цена выкупа участков получилась намного выше рыночной, хотя

с точки зрения стандартов оценки, к земельным участкам под подавляющим большинством промышленных предприятий этот термин "рыночная стоимость" не применим, так как земля под ними не может быть использована никем, кроме них самих. Учитывая то обстоятельство, что основным источником средств на выкуп земельного участка являются собственные средства, финансовое положение большинства предприятий особенно крупных серьезно ухудшится. Так по оценкам "Российского союза промышленников и предпринимателей" при расчете выкупа земли по нынешним ставкам изъятия из российской промышленности составят от \$ 70 млрд. до \$ 100 млрд., причем это деньги выведенные из производственного оборота. Единовременный выкуп всех земель промышленности приведет к изъятию из ВВП России 10 %.¹

Естественно, что предприятия не спешат выкупать землю. На этом фоне срок переоформления прав на землю предприятиями до 1 января 2004 года, очевидно нереален. Предполагается, что в ближайшее время этот срок будет продлен до 1 января 2007 года.

В Самарской области в соответствии с постановлением Губернатора Самарской области от 21 декабря 2001 № 421 выкуп земельных участков осуществлялся с максимальным коэффициентом для Самары и Тольятти 17 ставок земельного налога, для остальных населенных пунктов области с коэффициентом 10 ставок. Однако в 2003 году руководство области предприняло первые шаги по стимулированию выкупа земельных участков под приватизированными предприятиями. О чем свидетельствует принятие закона Самарской области от 7 июля № 58-ГД "О внесении изменений и дополнений в закон Самарской области "О земле", в котором установлен выкупной коэффициент для Самары и Тольятти на уровне 12 ставок земельного налога, однако существенного оживления на земельном рынке эта акция не принесла. Очевидно дело в самом механизме формирования выкупной цены.

В настоящее время существует несколько мнений по поводу формирования выкупной цены на земельные участки приватизированных предприятий. Министерство экономического развития и торговли РФ считает, что нужно снизить установленные коэффициенты до 10 ставок земельного налога для всех категорий населенных пунктов, Федеральная служба земельного кадастра - что не надо привязываться к ставкам земельного налога, а провести массовую оценку земель промышленности по единой методике, Министерство имущественных отношений РФ предлагает провести независимую рыночную оценку земли под предприятиями и заставить их выкупать свои земельные участки по фактической рыночной стоимости.

Одно из наиболее эффективных средств, стимулирующих выкуп земельных участков, помимо установления объективной выкупной цены, является применяемая в некоторых регионах оплата в рассрочку, а так же выкуп земельного участка по частям.

Помимо платы за земельный участок существенной статьей расходов являются затраты на оформление соответствующих документов. В

этой связи актуален вопрос об установлении приемлемой платы за проведение землеустроительных работ по изготовлению планов границ участков, кадастрового учета и регистрации прав и сделок с земельными участками.

Что касается оперативности оформления выкупа, то в Самарской области процедура, включая сбор документов, в основном занимает до 6 месяцев, что можно считать относительно приемлемым. Вместе с тем нередки случаи, когда рассматриваемый процесс растягивается до одного - двух лет, что является абсолютно не допустимым. Увеличение срока оформления документов как правило связано с бюрократическими проволочками многочисленных административных структур, так или иначе связанных с процессом выкупа земли. Анализируя данные по количеству собираемых документов, необходимо отметить, что процедура выкупа требует значительного упрощения.

Таким образом, решение проблем выкупа земельных участков и формирования единых комплексов недвижимости промышленных предприятий возможно путем реализации следующих мероприятий:

- установление приемлемого уровня выкупных цен на земельные участки, в основу которого должна быть положена массовая оценка земель промышленных предприятий по единой методике;

- продление срока переоформления права постоянного бессрочного пользования земельными участками до 1 января 2007 года;

- принятие на региональном уровне правовых актов, устанавливающих более гибкие схемы оплаты выкупаемых земельных участков, а именно выкуп с рассрочкой, а так же выкуп по частям. Причем, что касается рассрочки, она должна быть достаточно эффективной - до года и более.

- сокращение процедуры оформления и сосредоточение исполнения в одной организации, то есть внедрение принципа "одного окна", а так же установление более низких платежей за многочисленные услуги по оформлению выкупа и подготовку документов.

В заключении, следует отметить, что формирование единых имущественных комплексов промышленных предприятий является одним из основ повышения их инвестиционной привлекательности, резервом внутренних источников для привлечения заемных средств, залогом экономики на арендных выплатах. Проблемы, связанные с формированием единых имущественных комплексов могут быть эффективно решены путем принятия ряда соответствующих мер, прежде всего, на региональном уровне.

И.А. Светкина

*Самарская государственная
экономическая академия.*

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ ПРОИЗВОДСТВЕННО- ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

¹ О проведении земельной реформы: Выписка из протокола заседания Правительства РФ от 10 июля 2003 г № 25.

Постепенно в России формируется экономическая система, основанная на принципах свободной конкуренции и самостоятельности отдельных хозяйствующих субъектов. Резкое расширение самостоятельности промышленных предприятий, освоение ими новых экономических методов управления привели к возникновению качественно иной хозяйственной ситуации. В ее условиях объективная оценка всех сторон деятельности предприятия не может быть получена лишь традиционным порядком, она является результатом сочетания проверенных и новых способов управления.

Развитие рыночных отношений и усиление конкуренции между компаниями, производящими однородную продукцию, перед большинством российских промышленных предприятий весьма остро поставило задачи выявления и мобилизации внутренних резервов для роста и эффективного использования всех видов собственных ресурсов. И без анализа влияния на экономику организации внешней и внутренней среды, состояния рынка, потребителей продукции, конкурентной обстановки, рыночных цен, конечных финансовых результатов невозможно определить стратегию развития предприятия и оценить текущее положение в отрасли.

В условиях рыночной экономики механизм хозяйствования ориентирован на продукт, для выпуска которого организовано предприятие и в котором заинтересован рынок в виде обеспечения спроса. Продукт становится целью деятельности предприятия и, следовательно, выступает доминирующим объектом нормирования, планирования и учета. С продуктом связывают эффективность работы предприятия и его структурных подразделений, а ответственность за конечный результат деятельности - либо с затратами на его производство, либо с прибылью от его реализации. Производство требует координации действия его участников, т.е. управления их хозяйственной деятельностью, которое предполагает ряд последовательных процессов: получение определенных сведений об объекте управления; принятие решений; их выполнение; оценка результатов решений и контроль за их выполнением.

Однако продукт, хотя и выступает основным объектом управления, находится вне хозяйственного механизма. Он лишь связывает процессы управления производством и использования ресурсов. При этом доходность каждого хозяйствующего субъекта обеспечивается продуктом и его прибыльностью, объемами производства и соответствующими затратами. В целом любое производство характеризуется как сложная производственная система, компоненты которой, в свою очередь, также выступают в виде самостоятельных систем - средства труда, предметы труда и сам труд. В процессе производства компоненты взаимодействуют, их соотношение меняется.

Учет и регистрация процессов, характеризующих фактическое состояние хозяйственной деятельности, являются обязательными функциями управления производством. Процесс управления реализуется в виде некоторой последовательности решений, эффективность которых можно проверить лишь на основе получения совокупности сведений о промежуточных и конечных результатах, достоверно и своевременно отражающих состояние и поведение управляемых параметров.

С началом переходного периода к рыночным отношениям термины "финансовый" и "управленческий" учет все чаще применяются в отечественной системе учета. В настоящее время мы наблюдаем своеобразную интеграцию видов хозяйственного учета с целью получения информации, наиболее полно отвечающей требованиям оперативного анализа, производственной и финансовой деятельности предприятия, для принятия многочисленных управленческих решений в конкретных ситуациях текущей деятельности. Развитие синтезированного учета обеспечивает накопление данные о фактах и явлениях для раскрытия их взаимосвязи, исследования закономерностей их взаимодействия, т.е. для формирования информации о состоянии производства или его отдельных элементов. И с появлением новых экономических (рыночных) отношений все чаще термин "управленческий" учет и определяет этот синтез, потому что в современных условиях управление рассматривается как система, представляющая собой совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных процессов, оказывающих целенаправленное воздействие на финансово-хозяйственную деятельность предприятия, которое выступает в качестве объекта управления.

Содержание понятия "управленческий учет" в разных странах различное. Впервые его начали использовать авторы, пишущие на английском языке. В Германии этим термином не пользуются вообще, предпочитая называть соответствующий учебный курс и практическое дело "Исчисление затрат и результатов". Соответственно область планирования, учета, контроля и анализа издержек ограничивается в основном выручкой от продаж и затратами текущего года. В англоязычных странах (США, Англии, Канаде) управленческий учет рассматривают шире. В его сфере входят финансовые и производственные инвестиции, результаты их использования. Во Франции предпочитают иметь дело с понятием "маржинальный учет" и ограничивают его поиском и обоснованием управленческих решений на перспективу с использованием показателей маржинальной прибыли.

В пособии Бакаева А.С. "Бухгалтерские термины и определения" предлагается следующее: управленческий учет - 1) в широком смысле система сбора информации в организации, предназначенной для удовлетворения потребностей внутренних и внешних пользователей. Составной частью управленческого учета в этом значении является бухгалтерский учет; 2) в узком смысле производственный учет с более широким использованием методов планирования (бюджетирования), прогнозирования и управления затратами на производство. Другими словами управленческий учет использует данные производственного учета, но в зависимости от целей управления они группируются по разным основаниям, что придает им более широкое смысловое содержание.

Необходимость обособления данных управленческого учета в самостоятельную систему во многом связана с усилением требований к сохранению коммерческой тайны деятельности организации, обстоятельство, при которых принимаются те или иные решения. Показатели финансовой отчетности доступны если не для всех, то для многих. Финансовый учет открыт для проверок налоговых органов, ревизоров общества или товарищества, аудиторов и т.п. И поэтому система форми-

рования финансовой отчетности должна быть прозрачной, доступной для понимания компетентным пользователем. Иное дело - учет для управления, его данные - коммерческая тайна не только для внешних пользователей, но и для управленческого персонала самого предприятия, не имеющего прямого отношения к решению данной проблемы.

Сегодня управленческий учет имеет присущие ему отличительные признаки, методы, приемы, способы и принципы ведения. Он выступает как особая область экономических знаний, объединяет несколько прикладных экономических наук: планирование, организацию и управление производством, нормирование, бухгалтерский и оперативный учет, управленческий анализ, ряд других, - в этом мы видим его большое преимущество, так как именно при использовании разных научных методов управление производственным предприятием приводит к положительным результатам финансово-хозяйственной деятельности.

При всех переменах в системе хозяйственного учета следует отметить, что жесткий диктат в правилах учета постепенно заменяется многовариантностью, и возникает необходимость выбора, исходя из условий деятельности предприятия и возможных последствий их применения. По сравнению с финансовым и статистическим учетом ведение управленческого учета не регламентируется законодательными актами, но в тоже время нет никаких препятствий для внедрения в аналитическом учете всех оправдавших себя приемов оперативного и бухгалтерского учета в части учета затрат, выпуска продукции и калькулирования себестоимости.

Мы установили, что управленческий учет является составной частью системы управления предприятием, и он обеспечивает:

- контроль экономичности текущей деятельности организации в целом и в разрезе ее отдельных подразделений, видов деятельности, секторов рынка;

- планирование будущей стратегии и тактику осуществления коммерческой деятельности в целом и отдельных хозяйственных операций, оптимизацию использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации;

- измерение и оценку эффективности хозяйствования в целом и в разрезе подразделений организации, выявление степени рентабельности отдельных видов продукции, работ, услуг, секторов и сегментов рынка;

- корректировку управляющих воздействий на ход производства и реализации продукции, товаров и услуг, уменьшение субъективности в процессе принятия решений на всех уровнях управления.

Важнейшими задачами современной практики управления являются выработка и исполнение решений, направленных на достижение финансово - экономической устойчивости и эффективности функционирования организации.

Успешная реализация задач управления организацией в системе рыночных отношений требует от руководителей, менеджеров и организаторов производства не только высокой компетентности и опыта в конкретных сферах производственной деятельности, но и умения экономически правильно, адекватно оценить и в реальном режиме времени отреагировать как на динамические внешние условия развития экономических процессов, так и на смену режима функционирования органи-

зации, связанную с изменениями номенклатуры и объема производства продукции, структурными перестройками и т.д.

Исходя из этого, главными принципами управленческого учета являются ориентация на достижение поставленной цели предпринимательства, необходимость обеспечения альтернативных вариантов решения поставленной задачи, участие в выборе оптимального варианта и в расчетах нормативных параметров его исполнения, ориентация на выявление отклонений от заданных параметров исполнения, интерпретация выявленных отклонений и их анализ.

Внедрение управленческого учета, действенного коммерческого расчета, соблюдение режима экономии требуют повседневного анализа затрат и непроизводственных расходов и потерь по статьям и элементам. Оперативный анализ играет ведущую роль в ходе проверки исполнения принятых решений. Принятие тактических управленческих решений делает необходимым постоянный анализ различных вариантов экономических параметров. Выбор наилучшего варианта хозяйственного развития неразрывно связан с текущим и прогнозным экономическим анализом и основывается на экономико-математическом моделировании, системном анализе эффективности.

Управленческий учет как инструмент достижения успеха в бизнесе имеет своей целью обеспечение возможно более гибкого применения методов сбора и обобщения информации о затратах и результатах на основе общей стратегии развития предприятия. О правильности методов следует судить в свете их влияния на успех деятельности предприятия, достижения поставленных целей.

Для эффективного ведения управленческого учета необходимо определить структуру предприятия и уровень организации производственного процесса. Структура характеризует взаимосвязь и соотношение элементов информационной системы предприятия и их субординацию, организация выражает также взаимодействие элементов, обеспечивая функционирование и развитие системы, поддержание самого ее существования. Построение информационной системы управленческого учета непосредственно связано с организационной структурой предприятия, объемом и спецификой работ подразделений, занятых основной производственной деятельностью.

При построении системы управленческого учета должны учитываться технологические процессы производства, их последовательность, очередность, целенаправленность, связи. Исходя из специфики предприятия при создании рассматриваемой системы за базу должны быть взяты объекты учета производства, что позволит не только интегрировать плановую, нормативную и учетную информацию о движении ресурсов по этапам изготовления продукции, но и провести алгоритмизацию операций учета и контроля с выявлением отклонений от запланированных показателей как по натурально - вещественной форме продукции, так и по затратам на ее производство.

Интеграция отдельных видов учета, объединение и создание единой информационной системы производства дают возможность решать проблему построения интегрированной информационной системы производства - расширить регулирующую функцию управленческого учета, обес-

печить необходимую связь между производственными, технологическими и экономическими службами предприятия. После решения этой проблемы в ходе обработки информации можно проводить анализ экономических показателей, давать оценку и характеристику результатов деятельности подразделений предприятия, планировать и прогнозировать тенденции этих показателей и направления развития производства.

Е.Н. Свиридова
*Южно-Уральский
государственный университет
г. Челябинск*

ПЛАНИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Финансовая система Российской Федерации включает пять основных звеньев финансовых отношений: государственный бюджет, государственный кредит, специальные внебюджетные фонды, фонды страхования и финансы предприятий. Первые четыре блока финансовых отношений относятся к централизованным финансам, соответственно управление ими осуществляет государство. Финансы предприятий относятся к децентрализованным, то есть формирование финансовых ресурсов и их использование происходит на уровне конкретного предприятия.

Предприятие - это самостоятельно хозяйствующий субъект, занимающийся производством продукции, выполнением работ или оказанием услуг. В процессе предпринимательской деятельности у предприятий и организаций возникают хозяйственные связи: с покупателями, с поставщиками и подрядчиками, с иными кредиторами в качестве кредитных и финансовых организаций, с партнерами по совместной деятельности, в результате которых возникают финансовые отношения, связанные с производством продукции, выполнением работ, оказанием услуг, формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов.

Целью деятельности коммерческого предприятия является приращение капитала, что достигается посредством удовлетворения общественных потребностей и извлечения прибыли. Удовлетворение общественных потребностей сводится к производству продукции, выполнению работ и оказанию услуг, имеющих полезность для населения и соответственно, пользующихся спросом, а это в свою очередь приносит доход данному предприятию. Таким образом, в процессе своей деятельности экономические субъекты получают доход. Понятие "доход" в данном случае идентифицируется с понятием "выручка от реализации продукции, выполнения работ, оказания услуг". Выручка является источником формирования собственных финансовых ресурсов организации: в первую очередь - это источник возмещения затраченных на производство денежных средств и источник образования различных фондов предприятия (в случае получения прибыли). Следовательно, выручка предприятия включает затраты на производство продукции, выполнение работ, оказание услуг (что составляет себестоимость) и прибыль. В момент,

когда выручка предприятия равна себестоимости, признается факт возврата затраченных на производство продукции, выполнение работ или оказание услуг денежных средств. Если выручка превышает себестоимость, то предприятие имеет в своем распоряжении валовую прибыль, а после уплаты всех налогов и сборов, чистую прибыль, при этом бухгалтерская служба предприятия признает положительный финансовый результат. В случае, когда размер выручки ниже затрат на производство, предприятие признает отрицательный финансовый результат, который свидетельствует об убытке.

Коммерческое предприятие всегда должно формировать затратную часть в общем объеме выручки таким образом, чтобы иметь положительный финансовый результат своей деятельности, иначе говоря, "работать на прибыль". Чтобы достичь подобного, следует планировать выручку от реализации, чем и должны заниматься финансовые службы предприятий в процессе осуществления его финансово-хозяйственной деятельности. Планировать выручку от реализации продукции, выполненных работ или оказанных услуг можно на предстоящий год, квартал. Для годового планирования выручки необходима стабильная экономическая ситуация в экономике страны, чего нельзя сказать на сегодняшний день о России. Поэтому, в нашей стране целесообразней квартальное планирование. Кроме того, необходимо вести оперативный учет и контролировать своевременность поступления денег за реализованную продукцию, выполненные работы или оказанные услуги на денежные счета предприятия.

На предприятиях сервиса может быть использован один из двух методов планирования выручки:

- метод прямого счета;
- расчетный метод.

Использование метода прямого счета при планировании выручки от реализации продукции, выполнения работ или оказания услуг характерно для предприятий-монополистов или организаций, имеющих долговременные прочные связи со своими покупателями, основанные на договорах. Здесь предполагается, что весь объем произведенной продукции или оказанных услуг предварительно оформлен заказом, то есть план выпуска и объем реализации заранее увязаны с потребительским спросом, известен необходимый ассортимент выпуска продукции или оказания услуг, известны цены. В данном случае выручку от реализации (В) можно определить следующим образом [1]:

$$B = P * Ц,$$

где P - планируемый объем реализованной продукции;

Ц - цена единицы реализованной продукции.

В условиях, когда предприятие не может точно определить в каком объеме оно сможет реализовать произведенную продукцию, применяется расчетный метод, при котором основой для расчета служат входные и выходные остатки продукции. Здесь используется следующая формула [1]:

$$B = O_H + T - O_K,$$

где O_H - нереализованные остатки готовой продукции на начало планируемого периода;

Т - товарная продукция, предназначенная к выпуску в планируемом периоде;

О_к - остатки нереализованной готовой продукции на конец планируемого периода.

Предприятиям, имеющим хорошо налаженные связи с поставщиками сырья и материалов, работающую в соответствии с планом систему выполнения работ и оказания услуг населению (возможно за счет постоянной клиентуры), систему аппарата управления, который в сложных ситуациях принимает эффективные решения, гораздо проще планировать доходы. На этих предприятиях финансовые службы могут планировать выручку от реализации продукции, выполнения работ и оказания услуг, используя первый метод планирования - метод прямого счета. Но существуют факторы, не зависящие от деятельности предприятия и его руководства: нарушения договоров поставки соответствующих ресурсов предприятию, перебои в работе транспорта или оборудования, снижение количества клиентов вследствие их неплатежеспособности. В этом случае, процесс планирования выручки должен осуществляться расчетным методом. Какой бы ни была деятельность экономического субъекта: стабильной или неустойчивой, первое, на нужно обратить внимание, - процесс планирования, который при успешной разработке приведет к эффективной деятельности.

* * *

1. Финансы предприятий: Учеб. для вузов / Под ред. Н.В. Колчиной. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 447 с.

Е.В. Сесюнина

Брянский государственный университет

ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Экономическая устойчивость является многогранным и комплексным экономическим термином, который имеет особое значение для функционирования предприятия в современных условиях хозяйствования.

Общая экономическая устойчивость предприятия состоит из таких видов устойчивости как техническая, технологическая, финансовая, производственная, организационная и социальная (см. рисунок).

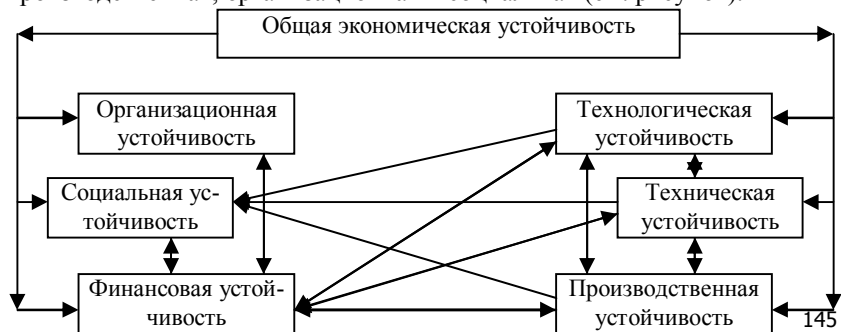


Рис. Основные элементы общей экономической устойчивости предприятия

Финансовая устойчивость предприятия отражает такое состояние финансовых ресурсов, при котором предприятие способно путем эффективного использования денежных средств обеспечить бесперебойный процесс производства и реализации продукции, а также затраты на его расширение и обновление. Финансовая устойчивость отражает стабильное превышение доходов над расходами, способствует свободному маневрированию денежными средствами хозяйствующего субъекта.

Финансовая устойчивость обусловлена всей производственно-хозяйственной деятельностью предприятия и одновременно оказывает влияние на все сферы его функционирования.

Технологическая устойчивость характеризуется определенным уровнем технологий, применяемых на данном предприятии. Для обеспечения устойчивых доходов предприятия, в целях финансирования его деятельности на высоком уровне очень важно, какова в технологической структуре производства доля технологий, уже получивших признание на рынке. Доля таких технологий, как показывает опыт западноевропейских предприятий, должна быть не менее 2/3. Для промышленных предприятий России этот показатель колеблется в пределах 37%, что свидетельствует об очень низкой технологической устойчивости.

В настоящее время на технологическую устойчивость предприятия оказывает существенное влияние применение ресурсосберегающих технологий для интенсификации производства, совершенствование технологических связей, внедрение технологий 5 и 6 технологических укладов.

Возможность внедрения инновационных технологий связано с технической устойчивостью предприятия, под которой понимается уровень развития технической базы предприятия, соответствующий требованиям научно-технического прогресса, позволяющий производить конкурентоспособную продукцию.

Техническая и технологическая устойчивости напрямую связаны с производственной устойчивостью, поскольку возможность применения предприятием технологии, расширения ассортимента технического парка, повышения его качественного уровня зависят от степени развития и качества орудий и предметов труда, возможности внедрения их в производственный процесс.

Следовательно, уровень развития предметов и орудий труда, обеспечивающих возможности технического переоснащения и перевооружения предприятия, положительную динамику объемов производства, возможно определить как производственную устойчивость.

Применяемые в процессе производства предметы и средства труда, используемые технологии предъявляют особые требования к уровню подготовки специалистов. Техничко-технологические сдвиги ставят на повестку дня вопросы компьютерной грамотности населения, влияют на изменение качественного состава трудовых ресурсов, и, с одной стороны, стимулируют повышение образовательного уровня рабочей силы,

подростающего поколения, а с другой стороны, создают необходимую для этого техническую базу.

Таким образом, технологическая, техническая и производственная устойчивости влияют на социальную устойчивость предприятия, под которой следует понимать такое состояние деятельности предприятия, которое обеспечивает продуманную кадровую политику (правильный подбор работников предприятия, их эффективная расстановка на рабочих местах, постоянное повышение квалификации, поддержка высокой мотивации труда и др.).

Организационную устойчивость следует рассматривать как достигнутое единство производственной системы предприятия и его функциональной структуры, соответствующих внешним условиям хозяйствования. В настоящее время от выбора организационно-правовой формы предприятия зависят результаты его деятельности, возможность регулирования протекающих в нем производственных и социальных процессов.

Таким образом, общая экономическая устойчивость достигается в результате рационального использования технико-технологического, кадрового потенциала предприятия, эффективного распределения финансовых средств, адекватного выбора организационно-правовой формы предприятия.

Т.В. Скакун

*Институт экономики и финансов
Омского государственного
аграрного университета*

АГРОПРОМЫШЛЕННЫЕ ФОРМИРОВАНИЯ: ОПЫТ И ПРОБЛЕМЫ

Имеющийся опыт развития интеграционных процессов свидетельствует о том, что интегрированные структуры, объединяющие в своем составе различные звенья: от производства сельскохозяйственной продукции до ее реализации конечным потребителям являются более эффективными и приспособленными к условиям рыночной экономики. Они получают распространение во многих регионах Российской Федерации и характеризуются большим разнообразием по организационно-правовым формам, составу участников, видам деятельности, формам собственности.

Однако существенным упущением всех интегрированных агропромышленных формирований России является то, что они часто организуются без учета объективных условий: неправильно выбирается головное предприятие; низок уровень централизации функций управления, квалификации управленческих кадров и специализации управленческого труда; не отработаны оптимальные модели формирований, их организационно-правовые формы; не определено оптимальное количество и соотношение участников по видам деятельности.

Специфика агропромышленной интеграции в зарубежных странах заключается в том, что в большинстве случаев объектом интеграции является

сельское хозяйство, а прямым или косвенным ее инициатором и координатором зачастую становятся несельскохозяйственные фирмы.

Важное место в интеграционном процессе США занимает сельскохозяйственное машиностроение, поскольку в настоящее время до 50-60% капитала фермеров приходится на машины и оборудование. Значительную роль в формировании интеграционных связей играют компании, производящие минеральные удобрения, фирмы комбикормовой промышленности, а также предприятия, специализирующиеся на индустриальном производстве элитных семян, племенного скота и птицы.

Ведущую роль в агропромышленной интеграции США играет пищевая промышленность. Причем, отмечается ее значительная концентрация. Так, на долю 8 крупнейших компаний США в общем объеме производства приходится по мясоконсервной промышленности - 38%, сыроваренной - 51%, молочной (без консервирования) - 30%, мукомольной - 46%, крупяной - 97%, свеклосахарной - 96%, производстве соевого масла - 70% и т.д.

Участвуют в интеграционных процессах агропромышленного комплекса США также снабженческо-сбытовые фирмы. Такими фирмами являются крупные промышленные монополии с собственной дилерской сетью, фермерские снабженческие кооперативы, дилерские компании. Особое внимание уделяется регулирующей роли государства в области кредитной, налоговой политики, социальных преобразований в сельской местности и т.д.

Отмечается тенденция, чем крупнее сельскохозяйственное производство, чем технически более совершенно, тем с большим интересом вступают с ним в интеграционные связи другие фирмы.

Во Франции интеграционный процесс охватывает в первую очередь отрасли, относящиеся к продовольственной системе, то есть сельское хозяйство, пищевую промышленность и сферу реализации продовольствия.

Отличительной особенностью развития интеграционных процессов во Франции по сравнению с большинством стран является значительная степень государственного регулирования и иного вмешательства государственных органов в эти процессы. Наблюдаются случаи, когда именно государственные структуры становились инициаторами установления определенных интеграционных связей. Однако основными инициаторами интеграции сельского хозяйства и производства продовольственных товаров являются крупные несельскохозяйственные фирмы, которые производят более половины всей продовольственной продукции страны. Большое значение имеют компании супермаркетов, магазинов и т.д.

Большую роль играют кооперативы, особенно снабженческо-сбытовые, в Великобритании. Здесь существуют также кооперативные заводы по производству удобрений, комбикормовые заводы на кооперативной основе. Особое место в британской фермерской кооперации занимают кооперативы по совместному использованию сельскохозяйственной техники. Но большую роль здесь играет и вертикальная интеграция на контрактной основе, а также посредством создания сельскохозяйственного производства самой фирмой - переработчиком.

В Германии и Италии объединяющим звеном становятся в основном кооперативы по производству кормов, семян, поставке сельскому хозяйству сельхозмашин, химикатов.

Отличительной особенностью формирования интеграционных агропромышленных связей в странах Северной Европы (Швеция, Дания, Норвегия, Финляндия) по сравнению с другими развитыми странами является преобладающее участие в этом процессе сельскохозяйственных кооперативов. Они выступают инициаторами стабильных связей между сельским хозяйством и другими отраслями экономики, играют важную роль в переработке, сбыте сельскохозяйственной продукции, производственном обслуживании фермеров, имея широкую сеть своих перерабатывающих, бытовых и обслуживающих предприятий, через систему сельскохозяйственных кооперативов реализуется до 80% продукции фермеров. Кооперативные объединения обеспечивают свыше половины (до 60-70% в Швеции, Норвегии и Финляндии, до 50% в Дании) поставок средств производства для сельского хозяйства.

Особенностью Японии является то, что основную роль в качестве интеграторов здесь играют универсальные торговые компании, которые, кроме торговли, занимаются и другими видами деятельности: собирают и предоставляют различную экономическую информацию, занимаются изучением товарных рынков, освоением новых видов производства, ведут инвестиционную, кредитную деятельность и др.

* * *

1. Семин А.Н., Сычева Ф.А., Ладыгина М.Н. Птицепродуктовый подкомплекс: научные основы интеграции. М.: АгриПресс, 2002. 300 с.

2. Коваленко Н., Агирбов Ю. Интеграционные формирования в овощеводстве // Международный агропромышленный журнал. 1990. № 4. С. 105-106.

О.В. Скорик

*Куйбышевская железная дорога
г. Самара*

ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ РЕМОНТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Главная проблема, стоящая сегодня перед ремонтными предприятиями - износ основных фондов, в первую очередь их активной части. На протяжении многих лет социалистической плановой экономики основные фонды в предприятиях транспорта обновлялись за счет централизованного финансирования и на основе государственной поддержки. При переходе к рыночной экономике рост основных фондов резко замедлился. Главной причиной, повлиявшей на снижение обновления основных фондов, было повышение стоимости фондов и их обновления за счет предприятий при отсутствии бюджетного финансирования. За период с 1990 по 1997 основные фонды ремонтных предприятий железнодорожного транспорта не обновлялись, что и предопределило степень износа фондов, которая по большинству предприятий на сегодняшний день достигла порядка 50% (Табл.1). Возраст более половины металлорежущего оборудования, в том числе уникального, в среднем достиг 20 лет и более, вследствие чего, около 40% оборудования имеет критиче-

ский износ и восстановлению не подлежит. Все это свидетельствует о серьезном процессе старения основных фондов и как следствие резком снижении производственного потенциала и мощностей большинства вагоноремонтных предприятий. В итоге подобные недостатки сказываются на качестве отремонтированного подвижного состава. Кроме того, ремонтные предприятия железнодорожного транспорта продолжают испытывать серьезные трудности с обеспечением подвижного состава комплектующими деталями в достаточном количестве и необходимого качества. Так, при капитальном ремонте ресурс вагонов должен восстанавливаться полностью. Однако вагоноремонтные заводы этого на данный момент времени не обеспечивают, о чем свидетельствует значительное количество вагонов, поступающих во внеплановый ремонт после капитального ремонта. Так в 2002г. в текущий отцепочный ремонт поступило более 11 тыс. вагонов, не проработавших одного года после капитального ремонта, т.е. 52% вагонов, отремонтированных на вагоноремонтных заводах.

Поэтому руководством Министерства путей сообщения предусматривается комплекс мер для закупок оборудования на вагоноремонтные предприятия и капитально-восстановительного ремонта колесно-токарных станков, дробеструйных установок, современных средств неразрушающего контроля с указанием предприятий, в соответствующей очередности на всех дорогах, и сроков внедрения. Для внедрения подобного комплекса мер необходимо привлечь инвестиции в размере порядка 1,2 млрд. руб., отсутствие которых в большей степени ухудшает сложное положение ремонтных предприятий.

Для обеспечения работоспособности парка подвижного состава проводятся мероприятия по совершенствованию вагоноремонтной базы железных дорог. Это - техническое перевооружение и реконструкция депо, замена устаревшего оборудования, специализация депо ремонта вагонов по их типам, концентрация ремонта в наиболее оснащенных депо с применением прогрессивной техники и технологии, конвейерных и поточных линий, агрегатно-узловой метода ремонта, научной организации труда, предусматривающей управление качеством ремонтных работ, повышение степени загрузки имеющихся производственных мощностей. Специализация депо на ремонте вагонов одного типа, применение поточных линий и агрегатно-узловой метода ремонта позволяют более чем в 3 раза сократить номенклатуру ремонтных узлов и деталей, уменьшить простой в ремонте в 2 раза, повысить качество ремонта. Организация специализированных участков, оснащенных высокопроизводительным технологическим оборудованием, обеспечивающим непрерывность выполнения производственных операций, техническими средствами диагностирования, в несколько раз позволило бы увеличить производственную программу ремонта, повысить производительность труда на 40%, на 18% снизить себестоимость ремонта единицы продукции. Применение новейших технологий и совершенной техники на вагоноремонтных предприятиях повышают уровень износостойкости и прочности восстановленных деталей по сравнению с новыми в 3-4 раза. В результате сокращается количество внеплановых ре-

МОНТОВ вагонов из-за отказов тех или иных узлов и расходы на их проведение.

**Износ оборудования в вагоноремонтных предприятиях
Куйбышевской железной дороги**

Виды оборудования	Вагоноремонтные предприятия Куйбышевской железной дороги		
	Пенза	Сызрань	Кинель
<u>Станочное оборудование, шт.</u>			
1) всего:	36	25	44
2) износ 30-40%	17	10	9
3) износ 41-50%	27	20	6
4) износ свыше 51%	6	15	2
<u>Технологическое оборудование, шт.</u>			
1) всего:	61	25	57
2) износ 30-40%	5	17	2
3) износ 41-50%	51	17	7
4) износ свыше 51%	8	7	0
<u>Мощные машины, шт.</u>			
1) всего:	4	5	11
2) износ 30-40%	1	5	0
3) износ 41-50%	2	5	3
4) износ свыше 51%	1	4	2
<u>Грузоподъемные машины и оборудование, шт.</u>			
1) всего:	59	26	81
2) износ 30-40%	32	13	10
3) износ 41-50%	56	20	9
4) износ свыше 51%	7	13	1
<u>Сварочное и наплавочное оборудование, шт.</u>			
1) всего:	17	25	31
2) износ 30-40%	5	17	2
3) износ 41-50%	17	17	4
4) износ свыше 51%	4	7	2

Как показывают исследования при нынешнем снижении финансовых источников инвестирования нельзя добиться увеличения основных фондов, а также развития материально-технической базы вагонного хозяйства на ремонтных предприятиях Куйбышевской железной дороги путем простого воспроизводства за счет амортизационных отчислений, и по тому особое внимание следует уделить направлениям оптимизации инвестиционной политики.

А.А. Смекалин
Ульяновский государственный
университет

КОНТРОЛЛИНГ В УПРАВЛЕНИИ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

С окончанием эпохи дикого рынка, предприятия России пришли к очередному закономерному этапу своего развития. Данный этап характеризуется жесткой конкуренцией, распределением рыночных ниш (как для производителей, так и для поставщиков сырья) и жесткой фискальной политикой государства. В этих условиях единственно возможным путем достижения своей основной цели для любого предприятия - максимизация прибыли - становится стратегическое планирование, контроль над издержками и оперативная реакция на изменения конъюнктуры рынка. Инструментом, который позволяет решать вышеперечисленные задачи, становится контроллинг.

Контроллинг - это новое явление в теории и практике современного управления, которое находится на стыке экономического анализа, планирования, управленческого учета и менеджмента, и направленное на обеспечение принятия управленческого решения. Основной целью контроллинга является ориентация управленческого процесса на достижение всех целей, стоящих перед предприятием. Иногда контроллинг называют системой управления управлением.

Особый интерес представляет контроллинг инвестиционных проектов. Это объясняется тем, что инвестиционные решения являются наиболее ответственными из тех, что принимаются руководством предприятия, поскольку они вытекают из стратегии предприятия, в долгосрочной перспективе определяют эффективность деятельности предприятия и обеспечивают его финансовое равновесие, так как любой инвестиционный проект направлен на достижение не оперативных, а стратегических целей, то по своей сути данный вид контроллинга является стратегическим. В связи с этим контроллинг должен быть направлен на снижение рисков путем приспособления предприятия к окружающей среде. Сущность инвестиционного контроллинга можно определить как систему проверки того, насколько успешно реализуются инвестиционные проекты предприятия.

Бытует мнение, что контроллинг должен отвечать за инициацию инвестиционных проектов. Позволю себе с этим не согласиться. Данная функция должна быть полностью возложена либо на специальное подразделение организации, либо на представителей высшего и среднего управленческого звена. Задача контроллинга в этом случае заключается в оценке соответствия проекта и результатов его реализации стратегическим целям и задачам предприятия. В этом и заключается суть подготовки управленческого решения по утверждению портфеля инвестиционных проектов.

Для решения данной задачи должны быть проделаны следующие шаги:

- создание системы инвестиционного планирования;
- определение и разработка основных критериев и показателей оценки инвестиционного проекта;
- разработка системы отчетности по реализации проекта;

- постоянный мониторинг предварительных результатами реализации проекта и интерпретация отклонений от плановых показателей.

Подробнее остановимся на выборе критериев оценки. Цели инвестиционного проекта могут быть разными: расширение производства, разработка новой продукции, захват нового сегмента рынка, повышение качества продукции или человеческого ресурса и т.д. понятно, что в каждом отдельном случае будут доминировать свои критерии, причем не всегда связанные с финансами. Если проект преследует несколько целей, то возможно использования системы критериев. Исходя из критериев, путем установки причинно-следственных связей, в дальнейшем определяются и рычаги управления проектом.

Другой особенностью инвестиционного контроллинга является то, что реализация любого проекта, как правило, связана с матричной организационной структурой. Проект подразумевает несколько центров ответственности, и задача контроллинга, в этих условиях, обеспечить их взаимодействие в процессе достижения общей цели.

Помимо контроля за динамикой основных показателей реализации проекта, в обязанности специалиста, занимающегося контроллингом, входит постоянное отслеживание изменений во внутренней и внешней среде и оценка их влияния на ход проекта и развитие предприятия. В соответствии с полученной информацией должна осуществляться корректировка планов инвестиционного проекта. Таким образом, система контроллинга должна быть гибкой, адаптируемой к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды в течение всего срока реализации инвестиционного проекта.

Т.П. Соколова, И.А. Буряк
*Самарская государственная
экономическая академия*

РОЛЬ ФИНАНСОВ В УКРЕПЛЕНИИ ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время при самостоятельности предприятий роль финансового анализа в укреплении финансовой дисциплины и управлении финансами значительно возрастает. При этом необходимо подчеркнуть тесную взаимосвязь и взаимообусловленность между результатами производственной деятельности предприятия и его финансовым состоянием. В предприятиях, где производственно-экономические показатели более стабильны, финансовое положение наиболее устойчиво. Примером этому служит Иса克林ский район, занимающий лидирующую роль в региональном аграрном секторе. В 2002 году из 21 сельскохозяйственной организации 17 единиц были прибыльными, что составило 81% от общего числа, в то время как в среднем по области этот показатель составил всего 35%. На 1 предприятие получено 1102 тыс.руб прибыли, что создает благоприятный финансовый климат. Только за 1 год валюта баланса увеличилась на 112 млн.руб, при этом источниками увеличения капитала предприятий явились собственные средства, сформированные

за счет получаемой прибыли. Сельскохозяйственные предприятия района получают прибыль даже в неблагоприятные годы, создавая условия для расширенного воспроизводства.

Как показывают расчетные данные каждая единица полученной прибыли, вложенная в последующий процесс производства, создает условия получения дополнительной продукции более чем на 20%. В структуре получаемой прибыли основная доля приходится на реализацию продукции от сельскохозяйственного производства. В расчете на 1 га. угодий прибыль в среднем за последние три года составила 298 руб. Положительное движение финансовых результатов сказалось на источниках средств для формирования капитала предприятия. Доля прибыли в собственных источниках на конец 2002 года возросла на 30%, что в определенной степени укрепило финансовую независимость предприятия. Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным. Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе свидетельствует о его хорошем финансовом состоянии.

Оценка финансовой устойчивости выражается через коэффициенты ликвидности. Несмотря на получаемую прибыль, с.х. предприятия Иса克林ского района не достигли нормативные показатели ликвидности (1,6 при нормативном значении 2). Однако показатели ликвидности уступают нормативному значению и на конец периода при нормативном значении коэффициента общей ликвидности - 2, фактический размер составил 1,6, что говорит о необходимости изыскания резервов по повышению финансовой устойчивости. Важным направлением среди таковых является повышение эффективности использования имущества предприятия и улучшения его структуры. От рационального соотношения основного и оборотного капитала зависят результаты хозяйственной деятельности. Несмотря на улучшение органического строения капитала, предприятия Иса克林ского района испытывают недостаток в оборотных средствах: на 1 руб. основных средств приходится лишь 52 коп. оборотных средств, при нормативном значении 60 копеек. При этом обеспеченность капитала собственными средствами составляет около 40%. Следовательно, оборотные активы предприятия в большей мере сформированы за счет краткосрочных обязательств, сумма которых превышает 141 млн.руб. В структуре обязательств велика доля кредиторской задолженности - 87%, из нее 33,1%- долги перед внебюджетными фондами, и 24,6% - перед поставщиками и подрядчиками. Погашение долгов может быть затруднено в связи с низкой ликвидностью капитала, где 23% приходится на труднореализуемые оборотные активы.

Финансовое положение хозяйств находится в непосредственной зависимости от того, насколько быстро средства, вложенные в активы, превращаются в реальные деньги. Но нужно учесть специфику сельскохозяйственной отрасли, т.к. полный цикл производства продукции здесь проходит больше, чем за один год, а также наибольшая величина выручки приходится на летний и осенний периоды, т.е. после реализации продукции растениеводства, которая является основным источником прибыли. Поэтому для налоговых и других выплат предприятия вынуждены брать краткосрочные займы и усиливать финансовую зависимость.

Следует отметить, что нормативные значения показателей в условиях рыночной экономики пока не разработаны, поэтому в анализе финансового состояния рекомендуется применять динамические сравнения, а также руководствоваться общеизвестным правилом: при прочих равных условиях ускорение оборачиваемости, выражающееся в сокращении продолжительности операционного цикла, рассматривается как положительная тенденция. Движение показателей оборачиваемости за анализируемый период проследим по данным нижеприведенной таблицы.

Показатели эффективности использования имущества предприятий Иса克林ского района

	2000 г.	2001 г.	2002 г.
1. Оборачиваемость текущих активов, количество раз	1,06	1,05	0,84
2. Продолжительность оборота текущих активов, дн.	310	343	428
3. Оборачиваемость совокупных активов, раз	0,16	0,34	0,31
4. Продолжительность оборота, дн.	2250	1058	631
5. Рентабельность совокупных активов, %	3,7	7,0	2,2
6. Рентабельность текущих активов, %	27,0	21,2	5,8
7. Рентабельность собственного капитала, %	3,7	8,7	2,9
8. Рентабельность реализации, %	23,1	20,1	6,9

Отмеченные недостатки снижают эффективность использования средств предприятия. Показатели, характеризующие эффективность использования имущества представляют разные соотношения прибыли и вложенного капитала. Экономический смысл значений указанных показателей (их принято называть показателями рентабельности) состоит в том, что они характеризуют прибыль, получаемую с каждого рубля средств (собственных или заемных), вложенных в предприятие. Динамика этих показателей также представлена в таблице.

Несмотря на рост прибыли предприятий, финансовая устойчивость к 2002 году несколько снизилась, за счет все большего вовлечения в оборот ресурсов производства для получения единицы продукции. Так, если в 2000 году для получения 1 тыс.руб. выручки от реализации затрачивалось 850 руб. оборотных средств, то в 2002 году 1187 руб., т.е. дополнительное привлечение средств составило 337 тыс.руб. Оценка финансовой устойчивости предприятий по целому кругу показателей с использованием скорингового метода позволяет отнести в среднем предприятия района к 3-му классу уровня платежеспособности, который характеризует наличие проблем в финансовой деятельности предприятия.

В целях финансового оздоровления предприятий необходимо провести реконструкцию их задолженности по платежам в бюджеты всех уровней, государственные внебюджетные фонды, крупным поставщикам энергетических ресурсов, банкам, подрядчикам и прочим кредиторам, а также повысить уровень государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей в соответствии с Законом РФ "О финансовом оздоровлении сельских товаропроизводителей". Для развития ресурсного потенциала, преодоления спада и наращивания производства необходима разработка определенной концепции, содержащей решение следующих

задач: привлечение инвестиций на приобретения материально-технических ресурсов, а также для выполнения текущих производственных программ; повышение управляемости и технологической дисциплины; поднятие мотивации к высокопроизводительному труду и личной заинтересованности каждого работника в результатах производства за счет системы изменения внутривозрастных отношений.

От решения этой наиболее актуальной задачи современной аграрной экономики зависит инвестиционная привлекательность предприятий, экономический рост их деятельности.

Н.И. Сусорова
Тамбовский государственный
технический университет

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

Анализ финансового потенциала российских предприятий позволяет сделать вывод о значительных сложностях в изыскании ресурсов инвестирования на микроуровне: собственных финансовых источников для целей обновления основного капитала, технического перевооружения и развития производства у многих из них либо нет совсем, либо их совершенно недостаточно для обеспечения не только расширенного, но даже простого воспроизводства.

Для решения данной проблемы необходимо провести анализ методов формирования инвестиционных ресурсов.

Можно выделить следующие несколько методов формирования инвестиционных ресурсов предприятия, к ним относятся:

- самофинансирование;
- акционирование;
- долгосрочное кредитование;
- лизинг;
- смешанное (долевое) финансирование.

Содержание самофинансирования заключается в том, что после исключения из прибыли налогов и других обязательных платежей в бюджет все остальные денежные поступления остаются в распоряжении предприятия. Создание системы самофинансирования предполагает увеличение доли собственных источников (прибыли и амортизационных отчислений) в финансировании инвестиционных программ предприятия. При этом собственные накопления инвестора дополняются кредитными источниками и привлеченными средствами (эмиссией ценных бумаг).

Наряду с прибылью важным источником самофинансирования инвестиций являются амортизационные отчисления, включаемые в издержки производства и обращения. Доля амортизации в источниках финансирования капиталовложений народного хозяйства постоянно возрастает. Необходимость обновления основных фондов, вызванная конкуренцией товаропроизводителей, заставляет предприятия произво-

дить ускоренное списание оборудования с целью образования накопления для последующего их вложения. Вследствие того, что амортизация приобретает собственные формы существования и движения и перестает быть выражением физического износа основного капитала, происходит размывание границ между амортизационным фондом и чистым доходом, фондами возмещения и накопления. Таким образом, расширяется и становится более устойчивой финансовая база для инвестирования. Амортизация превращается в важный инструмент регулирования инвестиционной деятельности предприятий.

Акционирование как метод формирования инвестиционных ресурсов в последнее время получил большое распространение в нашей стране. Он существенно расширяет возможности привлечения временно свободных денежных средств предприятия и граждан для инвестирования на производственные и социальные мероприятия.

Необходимость долгосрочного кредита объективно вытекает из наличия товарно-денежных отношений, обслуживания кредитными ресурсами кругооборота основных производственных фондов предприятий, что обусловлено несоответствием размера имеющихся средств потребностям в них на расширенное воспроизводство основного капитала. В данном случае возникают кредитные отношения долговременного характера, что дает возможность заемщику получить деньги раньше, чем можно извлекать их из обращения после реализации товара. Преимущество кредитного метода авансирования капитальных вложений связано, прежде всего, с возвратностью средств. Это предполагает взаимосвязь между фактической окупаемостью капитальных затрат и возвратом долгосрочного кредита в сроки, определенные кредитным договором между заемщиком и банком.

Лизинг или селинг используются при недостатке собственных финансовых средств или высокой стоимости финансового кредита для реализации инвестиционных проектов, связанных с модернизацией или реконструкцией предприятия (особенно инвестиционных проектов с высокой степенью изменчивости технологий).

Лизинговые операции дают возможность:

- получить необходимое предприятию имущество без значительных капитальных затрат;
- частично устранить риск потерь предприятия, связанных с моральным износом машин и оборудования;
- арендатору предоставить налоговые льготы, так как арендная плата выступает в форме операционных расходов и не облагается налогом;
- в условиях договора лизинга учитывать особенности деятельности арендатора (сезонность, цикличность производства и др.), упрощенное заключение контракта по сравнению с получением кредита банка (а это очень важно для малых и средних предприятий).

Смешанное (долевое) финансирование основывается на различных комбинациях вышеперечисленных схем и может быть использовано в любой ситуации при формировании инвестиционных ресурсов.

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее приемлемым методом формирования инвестиционных ресурсов промышленных

предприятий на данном этапе развития является метод амортизационных отчислений. При проведении правильной амортизационной политики у организаций высвобождается больше денежных средств на нужды инвестирования. Остальные методы требуют дальнейшего развития.

Л.Т. Тагирова

*Казанский государственный
университет*

ДИНАМИКА МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ И СВЯЗЕЙ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

Позиционирование предприятия в рыночной среде подразумевает определение ниши развития бизнес-процессов определенного спектра. При анализе экономических отношений, который необходимо провести для достижения достаточно точных прогнозов и позиционирования, рассматриваются определенные категории экономических отношений, которые можно выделить по уменьшению порядка общности в цепочку "внешнеэкономические - федеральные - межрегиональные - региональные - местные". Постановка задач, связанных с исследованиями развития межрегиональных отношений, важна как при анализе экономических проблем развития отдельных регионов, так и для более глубокого понимания процессов реформирования экономики страны в целом.

Понимая под компонентами моделирования отношений регионов обычные матричные формы и ранжируя те или иные различные по своей природе параметры исследуемых связей, можно достаточно просто перейти к отдельным формам классификации регионов по тем или иным критериям их вовлечения в структуру межрегиональных связей, экономического обмена, кооперации и т.д. Учет состояния межрегиональных отношений является важным фактором для анализа истории развития предприятия и синтеза прогноза его развития на будущее (среднесрочный и долгосрочный периоды).

Следует также учесть при этом, что основными компонентами процессов развития межрегиональных отношений в современных условиях при отсутствии жесткой централизации распределения производимой продукции, а также отсутствия жестких плановых заданий, являются связи отдельных конкретных предприятий, воплощающие в себе основные носители структуры межрегиональных экономических отношений. Иными словами, конкретные связи конкретного предприятия-производителя (а здесь следует учесть не только поставки готовой продукции, но и получение сырья, полуфабрикатов, производственную, техническую, конструкторскую, технологическую и иные формы кооперации) представляют собой в определенной мере элементарную ячейку (что можно аргументировать правовым положением отдельного предприятия как юридического лица) для анализа развития экономических процессов на уровне межрегиональных отношений.

В подходах к постановке задач мы также исходили из результатов работ (см., в частности, [1], [2]), в которых проводится анализ существующих форм районирования по экономическим, экономико-географическим и иным потенциальным признакам при определенном сопоставлении результатов анализа с существующим административным делением. Такие варианты трактовки понятия районирования помогают яснее увидеть те факторы, которые влияют на исследуемые процессы и их динамику.

В связи с особенностями используемого подхода к методологическим вопросам исследования изменений в межрегиональных отношениях и с учетом общего развития хозяйственных и экономических процессов государства мы приходим к определенным понятиям, с помощью которых можно моделировать определенную часть процессов позиционирования отдельного экономически значимого предприятия в общей структуре межрегиональных отношений. В качестве примеров, достаточно явных по своей экономической значимости для влияния на состояние межрегиональных отношений, мы могли бы привести, во-первых, экономически значимые предприятия нефтепереработки (производство автомобильного топлива), в частности, нефтеперерабатывающие заводы, влияние которых на экономику каждого региона велико хотя бы потому, что в общей структуре транспорта товаров, продукции, населения и т.д. именно автомобильная составляющая обладает повышенной динамикой и является весьма гибкой, что вызвано чрезвычайно большим количеством и разнообразием существующих на сегодня транспортных предприятий, индивидуальных предпринимателей, одиночных частных перевозчиков и т.д. У таких предприятий и частных предпринимателей именно цена на горючее является одной из основных базовых переменных для всех расчетов прибыли и убытков. Во-вторых, не менее важными по своему влиянию на межрегиональные отношения являются большие энергетические предприятия (ГЭС, ГРЭС); далее следуют крупные предприятия, производящие отдельные важные виды продукции (пример, ВАЗ в Самарской области, КамАЗ в РТ, крупные цементные заводы, металлургические комбинаты и т.д.). Формулируя эти особенности в качестве определенного дополняющего фактора модели, можно, видимо, сказать, что важные, градообразующие предприятия оказывают пропорциональное своей важности влияние на значительную часть межрегиональных отношений.

С другой стороны, динамика процессов развития экономик регионов 1) вызывает определенные отношения конкуренции между однородными отраслями (что особенно заметно, на наш взгляд, на примере производства продовольственных товаров), способствующие, в свою очередь, таким положительным явлениям, как сдерживание цен, повышение качества и потребительских свойств товаров и т.д.; 2) изменяют структуру занятости населения и способствуют притоку более дешевой рабочей силы из менее развитых регионов в те, где экономическая активность выше (именно этим можно объяснить значительный приток людских ресурсов со всей страны и ближнего зарубежья в Москву, приток рабочих строительных специальностей из Чувашии и Мари Эл в

Республику Татарстан, и т.д.; отметим, что эти явления могут также трактоваться как следствие усиления конкуренции на рынке труда).

Кратко такой спектр факторов развития межрегиональных отношений можно бы было сформулировать так: наличие более высокого экономического потенциала в отдельном регионе вызывает приток в него товаров из соседних регионов, обладающих меньшим потенциалом (и, обычно, меньшей покупательной способностью), рабочей силы (не находящей себе применения на месте в условиях пониженной экономической активности), т.е. вызывает перемещение человеческого капитала.

В наших подходах к моделированию процессов межрегиональных отношений мы исходили из наличия (определенным образом взаимосвязанных) потенциалов двух типов: потенциалов производства (товаров, работ, услуг) и потенциалов потребления (также товаров, работ, услуг). Конечно же, этими двумя типами потенциалов увесь спектр потенциального подхода к анализу пространства экономических отношений региону не описывается, но такая задача нами и не ставилась. На наш взгляд, факторами, ограничивающими влияние потенциала производства региона и даже отдельного предприятия в регионе, являются 1) убывание экономической выгоды увеличения производства с ростом удаленности потенциального потребителя или же потенциального поставщика, что чем-то напоминает влияние источника поля на окружающее пространство, 2) фактически существующее распределение потенциалов потребления, связанных с потенциалами производства определенными финансовыми и экономическими отношениями. Таким образом, регионы со значительным потенциалом экспорта как сырья (Тюмень, Татарстан, Башкортостан, Сахалин, Сибирь и т.д.), так и переработанной и/или готовой продукции (Татарстан, Самарская область) и тем самым большими возможностями получения финансовых потоков выручки, обладающие большими природными ресурсами или более активным промышленным потенциалом, обретают более высокие значения потенциалов потребления. Наиболее ярким примером тому служит такой особый регион, которым является столица государства, где наиболее высокий уровень потенциала потребления привлекает значительное количество товаров и услуг, значительные объемы работ и т.д.

Для классификации экономического развития регионов можно воспользоваться довольно значительным количеством разнообразных критериев. Нами рассмотрены в качестве частных критериев ранжирования экономической активности населения региона некоторые синтетические показатели, среди которых можно отметить: количество личных телефонов на 1000 человек, количество легковых автомобилей на 1000 человек, средний уровень рыночной стоимости кв. метра жилья и т.д. Среди указанных цифр вполне возможно установить еще более тонкую градацию: так, например, помимо числа телефонов на 1000 человек можно выделить из них долю сотовых телефонов с более дорогим обслуживанием; в дополнение к количеству автомобилей на 1000 человек можно рассмотреть средний объем двигателя или же среднее количество потребляемого в течении года бензина (причем, с учетом его распределения по сорту горючего); среди кв. метров жилья на 1000 человек можно рассмотреть уровень качества жилья (наличие и уровень удобств, горячего водоснабжения и т.д.). При этом в роли показателей каче-

ства жизни могут выступать также средний душевой доход (с учетом всех форм доходов) и/или часть дохода на одну и ту же продуктовую корзину (для нивелирования влияния спектра качества потребляемых продуктов). Наконец, при наличии возможности оценить валовое потребление региона, можно оценить количество общего объема потребления на одного жителя региона.

Среди критериев оценки промышленного развития региона можно использовать такие векторные параметры классификации: доля доходов от промышленного сектора экономики региона в общем валовом доходе (интегральный признак), доля доходов от промышленности на одного жителя (интенсивность занятости) и т.д.

В качестве заключения можно отметить три следующих вывода:

1) Анализ межрегиональных связей и отношений является необходимым компонентом как маркетинговых исследований для позиционирования средних и крупных предприятий, так и одним из основных элементов моделирования экономической ситуации в масштабе страны.

2) Для проведения такого анализа вполне применимы векторные модели оценок потенциалов потоков капиталов, товаров и услуг, а также матричные ранжированные модели при исследованиях динамики развития межрегиональных отношений и связей.

3) В качестве одного из носителей моделей может быть использована ГИС с надлежащим заполнением и структуризацией информационных слоев.

* * *

1. Пространственный анализ / Под науч. ред. А. М. Трофимова, Е.М. Пудовик; Казан. гос. ун-т; Казань: Новое Знание, 2000. 113 с.

2. Ишаев В.И. Экономическое развитие в национальном, межрегиональном и внутрирегиональном аспектах // Вестн. Дальневост. отд-ния РАН. 2000. № 6. С. 49 - 57.

3. Приоритеты социально-экономического развития регионов: вопросы теории, методологии, практики / Под ред. А.И. Татаркина; РАН. Урал. отд-ние. Ин-т экономики. Екатеринбург, 2000. 503 с.

4. Трофимов А.М., Панасюк М.В. Геоинформационные системы и проблемы управления окружающей средой. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1984. 142 с.

5. Хирбю В. Г., Беляков В.П., Казаков С.Б. Межрегиональные связи и внешнеэкономическая деятельность Чувашской Республики. Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 1999.

6. Харитонов В.Д., Павлова В.В., Павлов В.А. Новые направления в производстве молочных продуктов //Техническое переоснащение пищевой и перерабатывающей промышленности Северо-Западного региона Российской Федерации. Межрегиональные связи: Тез. докл. Международной науч.-практ. конф. СПб., 2000. С. 37-38.

Л.Р. Туктарова

*Самарская государственная
экономическая академия*

ОЦЕНКА ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ

ЕЕ АНАЛИЗА

Оценку финансово-хозяйственной деятельности (ФХД) предприятия невозможно полноценно провести без правильно организованного и проведенного экономического анализа, с одной стороны, и без эффективного его методического обеспечения, с другой. Наиболее эффективной, логичной, вытекающей из диалектических законов, на наш взгляд, является следующая последовательность осуществления экономического анализа объекта оценки:

- определение концепции экономического анализа предприятия
- уточнение системы показателей
- обоснование конкретных методик анализа.

Чтобы выводы, сделанные по результатам анализа, позволили правильно понять внутренние связи, взаимозависимость и причины возникновения многообразных факторов, необходимо знать общие методологические принципы анализа, важнейшими из которых являются взаимосвязь, взаимообусловленность всех явлений и процессов и их развитие; взаимодействие количественных и качественных факторов; единство целого и части; единство учитываемых единичных явлений и всего процесса в целом, единство таких противоположностей, как динамичность изучаемых явлений и их состояние на отдельные моменты и др. При изучении целого и его частей используется единство анализа и синтеза как методов исследования. В процессе анализа производится расчленение целого на составные части, их изучение, получение частных выводов. Получив отдельные выводы, необходимо их соединить, восстановить единство, т.е. анализ должен быть дополнен синтезом

Экономический анализ изучает хозяйственные процессы предприятия, социально-экономическую эффективность и конечные финансовые результаты их деятельности, складывающиеся под воздействием объективных и субъективных факторов, получающие отражение через систему экономической информации. Цель экономического анализа - выявление тенденций и характера происходящих изменений в экономике предприятия.

В процессе экономического анализа первичная информация проходит аналитическую обработку, проводится сравнение достигнутых результатов производства с данными за прошлые отрезки времени, определяется влияние факторов на величину результативных показателей, выявляются недостатки, ошибки, неиспользованные возможности и перспективы. Большое значение при проведении в целом мониторинга и, в частности, анализе имеет общий уровень достоверности и надежности источников информации. Отсутствие достоверной информации может привести к большому разнообразию результатов, а, следовательно, и к высокой степени неопределенности решений.

Экономический анализ предприятия, его финансово-хозяйственной деятельности проводится после совершения хозяйственных операций по итогам года, или за определенный период, который носит ретроспективный характер. Ценность анализа заключается в изучении отчетных данных в комплексе за соответствующий период, в результате которого

обеспечивается более полная оценка деятельности предприятия и использования имеющихся возможностей.

Тогда экономический анализ, проводимый в рамках оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия, может быть представлен как процесс, при помощи которого мы оцениваем прошлое и текущее хозяйственное и финансовое положение предприятия, результаты его деятельности. Главной целью анализа будет являться оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия относительно будущих условий существования и соответственно обоснования прогнозных ожиданий и направлений ее развития.

Экономический анализ включает финансовый и производственный управленческий анализ (см. рисунок). Разделение анализа на финансовый и управленческий обусловлено сложившимся на практике разделением системы учета на предприятии. Разделение анализа на внешний и внутренний несколько условно, потому что внутренний анализ может рассматриваться как продолжение внешнего анализа и наоборот.

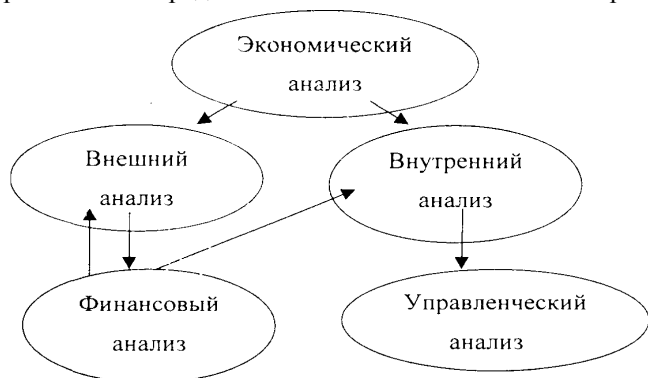


Рис. Взаимосвязь финансового и управленческого анализа

Суть управленческого анализа состоит в оценке деятельности предприятия на стадии производства и осуществляется для нужд управления. Его результаты используются для планирования, контроля и прогнозирования деятельности предприятия в целом. Целью же финансового анализа является оценка финансового состояния предприятия на основании выявления результатов финансово-хозяйственной деятельности и использование ее для обоснования управленческих решений. Особенности финансового анализа являются: множественность субъектов анализа, пользователей информации о деятельности предприятия; разнообразие целей и интересов субъектов анализа; максимальная открытость результатов анализа для пользователей информации о деятельности предприятия и др. Более обобщенно сравнительная характеристика финансового и управленческого анализа представлена в таблице.

Сравнительная характеристика видов экономического анализа

Область сравнения	Финансово-экономический анализ	Управленческий анализ
Пользователи информации	Внутренние, сторонние, заинтересованные	Руководители предприятия и его подразделений
Объекты анализа	Предприятие как единое целое	Предприятие как целое и его различные сегменты
Источники информации	Формы бухгалтерской отчетности	Комплекс экономической информации
Единицы измерения для расчета показателей	Денежная форма	Натуральные показатели и денежная форма
Периодичность анализа	Составление отчетности (год, квартал)	По мере необходимости и для внутренних регламентации
Доступность результатов информации	Доступна для всех	Строго конфиденциальна (коммерческая тайна)

Поскольку финансовый анализ основывается на оценке финансовой отчетности предприятия и в настоящее время занимает вполне определенное место в системе экономического анализа, он выступает не только как метод оценки - его результаты являются базой для прогнозирования финансово-экономического состояния предприятия. Поэтому часто в экономической литературе финансовый анализ отождествляют с финансово-экономическим анализом или просто экономическим. Это вполне обоснованно, поскольку результаты деятельности предприятия, в первую очередь, просматриваются на основе выявления неблагоприятных тенденций изменения как финансовых, так и общеэкономических показателей - структуры имущества и источников его формирования, ликвидности и финансовой устойчивости, динамики финансовых результатов деятельности, цен на продукцию, объемов выпуска, темпов экономического роста и др.

В основе осуществления экономического анализа лежат общепризнанные приемы и методы и специальные. Использование методов, основанных на логическом мышлении, интуиции, позволяет в совокупности с экономико-математическими методами обосновывать неординарные решения, т.е. добиваться согласования логики анализа и логики функционирования предприятия в современных рыночных условиях. В практике проведения экономического анализа широкое применение получили экономико-математические методы, на основе которых обосновываются модели развития предприятия: дескриптивные, предикативные, нормативные др.

В целом же все вышеназванные методы экономического анализа отображают проблематичность оценки финансового состояния предприятия с учетом разных состояний внешней и внутренней среды, альтернатив и целей и, таким образом, облегчают определение и решение проблемы.

Исходя из функций и целей управления предприятием можно выделить следующие виды экономического анализа: плановая текущая аналитическая работа; специальный анализ; непосредственно финансовый анализ. Безусловно, каждый из этих видов имеет самостоятельный результат, но только вместе они дают полную и качественную оценку хозяйственной деятельности предприятия.

Плановая текущая аналитическая работа рассматривается как постоянно функционирующий элемент мониторинга предприятия, целью которого является непрерывное отслеживание динамики, состава и структуры имущества и источников его формирования для субъектов предпринимательства, а также тенденции ликвидности, финансовой устойчивости и результативности деятельности объекта анализа.

Специальный анализ призван оценить уровень риска на предмет его соответствия ожидаемым финансовым результатам. Его целью может быть выбор направления, замены стратегии, кардинальное техническое перевооружение, оптимизация организационной структуры управления. Этот вид анализа отличается высочайшим уровнем требований к качеству управленческих решений, поскольку цена ошибки высока: проведение анализа по ошибочному сценарию может повергнуть предприятие в состояние глубокого упадка.

Экономический анализ характеризуется тем, что выступает как инструмент оценки состояния индикаторов финансовой, деловой, инвестиционной, инновационной и др. активности предприятия, выявления отклонений в его финансово-хозяйственной деятельности и определения позитивных внешних и внутренних факторов развития. Основное внимание при рассмотрении видов и методов экономического анализа сосредотачивается на показателях, которые отражают причинно-следственные связи, перспективы и результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Таким образом, использование моделей экономического анализа деятельности предприятия их сочетание в конечном итоге дает возможность принять решения, основанные на объективных оценках, опыте и знаниях аналитика, для прогнозирования состояния предприятия в перспективе в условиях частичной или полной неопределенности.

Ю.Л. Тухаринов
*Самарская государственная
экономическая академия.*

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Современный механизм формирования и реализации стратегии развития предприятия должен опираться, прежде всего, на законы конкурентного взаимодействия как внутри отрасли, так и в мировом экономическом пространстве и основываться на комплексном учете влияния внешних и внутренних факторов, определяющих достижения глобальной цели - удовлетворение предпочтений потребителей более эффективными по сравнению с конкурентами способами. Формирование стратегии развития предприятия включает в себя ряд этапов: непосредственно разработка стратегии; внедрение; контроль. Мы предлагаем весь комплекс работ по разработке и внедрению стратегии развития компании условно разбить на следующие крупные блоки:

- анализ инвестиционной привлекательности отрасли. Разработка сценарного прогноза развития отрасли. Прогноз изменения конъюнктуры спроса и предложения на внутренних и внешних рынках;

- оценку конкурентной позиции компании в отрасли (прочности бизнеса);

- оценку стратегических альтернатив;

- формирование образа будущего компании. Разработка стратегических целей и задач;

- комплекс работ по внедрению стратегии.

Представленные этапы тесно взаимосвязаны друг с другом и поэтому могут опираться на единые методические и научные подходы для их реализации. Это проявляется особенно ярко при разработке конкурентной стратегии развития предприятия.

Анализ инвестиционной привлекательности отрасли. Данный блок является важнейшей составной частью при разработке стратегии развития предприятия. Его цель состоит в получении ответов на следующие вопросы: какова степень влияния основных конкурентных сил на уровень интенсивности конкуренции в отрасли; что вызывает изменение в их структуре и какое влияние эти факторы окажут в будущем; какие факторы определяют успех или неудачу в конкурентной борьбе, т.е. являются ключевыми; привлекательна ли анализируемая отрасль и каковы ее перспективы по обеспечению высокого уровня прибыльности (выше среднего уровня в других отраслях).

Ответы на перечисленные вопросы формируют основу для понимания среды, в которой действует предприятие, и создают базу для разработки стратегии его развития, соответствующей общей ситуации и современным отраслевым тенденциям. При этом качественный и глубокий анализ привлекательности отрасли служит важным аргументом в переговорах с банками, потенциальными портфельными и стратегическими инвесторами, поскольку владельцам свободных ресурсов необходимо иметь ориентиры для оптимизации своих вложений. В рамках рассматриваемого анализа предлагается использовать набор приемов и методических подходов, который позволит максимально объективно оценить изменяющиеся условия и определить характер и уровень конкурентной борьбы в отрасли. Алгоритм его проведения состоит из двух этапов и включает оценку уровня интенсивности конкуренции и стадии ее развития.

Ключевое место в данном анализе мы отводим изучению конкурентной борьбы. Интерес к вопросам конкуренции во многом был инициирован работами М. Портера. Особенно следует выделить метод отраслевого структурного анализа, служащий для определения потенциала рентабельности отрасли, и видовые конкурентные стратегии, которые помогают выявить принципиальные основы для профилирования конкурентной борьбы. Наибольшее значение в рамках стратегического менеджмента приобрела парадигма "структура - поведение - результат". Основная проблема определения отраслевой эффективности заключается в том, что речь идет о теоретической конструкции (скрытых переменных), которая не поддается прямому наблюдению. На этой базе должны быть получены показатели (явные переменные), которые надо

использовать для оценки самой конструкции. В этой связи в отношении результатов эмпирических исследований может возникнуть вопрос, действительно ли отраслевая эффективность является низкой или же для ее измерения используются неадекватные показатели. Высока значимость для средней отраслевой рентабельности концентрации поставщиков и уровня вступительных барьеров в отрасль. От вступительных барьеров зависит в первую очередь сохранность различий в уровнях рентабельности, так как эти барьеры затрудняют проникновение в отрасль потенциальных конкурентов. Степень же концентрации влияет на возникновение различий в рентабельности. Это основывается на предположении, что с ростом концентрации поставщиков повышается вероятность договоренности между ними об ограничении конкуренции, вследствие чего ее интенсивность снижается. Правда, степень концентрации, согласно многочисленным исследованиям, объясняет относительно небольшую часть отраслевой рентабельности. С теоретической точки можно обосновать, что концентрация поставщиков влияет на интенсивность конкуренции, однако окончательных выводов на этот счет делать не следует. Более пригодной для определения интенсивности конкуренции видится модель отраслевого структурного анализа, предложенная Портером, в рамках которой анализируется степень влияния на отрасль пяти различных конкурентных сил. Чем резче выражены эти силы, тем выше интенсивность конкурентной борьбы и тем ниже средняя прибыль поставщиков в отрасли.

Основной вывод из такого анализа в том, что отрасль с высокой интенсивностью конкуренции признается непривлекательной. Тем самым модель может помочь при принятии решения относительно выбора рынка. Однако она не позволяет сделать каких-либо выводов по поводу рыночной стратегии. Рекомендация ориентировать стратегию на конкурентную силу, которая оказывает наибольшее воздействие на отрасль, указывает лишь основное стратегическое направление.

О.В. Федоров

*Нижегородский государственный
технический университет*

АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ОСНОВНОГО ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ

Производство химической и нефтехимической продукции, оказание услуг по переработке давальческого сырья, оптовая торговля - это основные направления деятельности ОАО "Сибур-Нефтехим", имеющего среднесписочную численность работающих немногим более 1000 человек. Заинтересованность предприятия в постоянном росте массы прибыли обуславливает необходимость снижения затрат, их систематический анализ и прогнозирование. В общей структуре акционерного общества имеется цех производства бензола, который является конечным продуктом, с наибольшей численностью работающих.

В процессе проведения анализа динамики затрат на производство бензола выделяют: 1. Вспомогательное сырье; 2. Топливо и энергию на технологические цели; 3. Заработную плату с различными начислениями; 4. Внутривзаводскую перекачку; 5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования; 6. Цеховые расходы. В таблице отражена динамика этих затрат за ряд лет.

Из анализа таблицы видно, что наибольший удельный вес в затратах приходится на статью "Топливо и энергия на технологические цели", которые в 2002г. распределились: на пар (36,2%); сжатый воздух (26,2%); электроэнергию (21,9%); газ (8,6%); воду техническую (7,1%) и составили 2315,6 тыс.руб.

Проводимые, в целом, на предприятии мероприятия по повышению технического уровня производства в пересчете на цех производства бензола к концу 2003г. при неизменной стоимости электроэнергии обеспечили экономию в размере 58% от общего эффекта по ОАО "Сибур-Нефтехим".

Динамика затрат по статьям (в %)

Статья затрат	2000г.	2001г.	2002г.	% изменения к 2000г.	Прогноз на конец 2003г.
1	5	6	5	0	5
2	62	63	64	+2	60
3	4	3	5	+1	7
4	7	8	5	-2	6
5	19	19	18	-1	19
6	3	1	3	0	3

Особое место в анализе затрат на производство продукции в нефтеперерабатывающей и нефтехимической промышленности занимают проблемы снижения энергоемкости (электроемкости) продукции. В настоящее время стоимость электроэнергии на предприятии составляет 514,7 руб./кВт час, поэтому в условиях постоянного роста цен на электроэнергию предприятия совершенствуют нормативно-правовую базу этих видов расходов за счет проводимых организационно-технических мероприятий, обеспечивающих экономию различных видов энергоносителей.

Реализация намеченных и проводимых организационно-технических мероприятий позволит, по прогнозным оценкам, к концу текущего года сократить долю затрат по статье "Топливо и энергию на технологические цели" до 60%.

Отрицательно на себестоимость продукции влияет и низкий коэффициент использования производственных мощностей акционерного общества, вызванный отсутствием в Нижегородской области природного сырья.

Г.С. Филин, М.С.Стенгач
*Самарский государственный
аэрокосмический университет*

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА МНОЖЕСТВА ОБЪЕКТОВ ТРУДА С ДЛИТЕЛЬНЫМ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ ЦИКЛОМ

Технико-экономическое планирование производства может осуществляться в рамках одного года. В составе показателей годового плана устанавливается выпуск продукции в натуральных единицах.

Это возможно, если производственный цикл по видам продукции меньше года.

В подавляющем большинстве случаев на практике так оно и есть. Однако, имеются виды продукции, которые имеют цикл производства год и более года. И если, налажен выпуск одновременно нескольких таких единиц продукции, то период их совместного производства превышает год.

Поскольку их производство находится во взаимосвязи, то возникает проблема организации планирования их совместного производства, что без современных компьютерных технологий представляет сложную задачу.

К числу таких видов продукции относятся предметы труда:

в авиастроении: летательные аппараты на стендах сборки.

в судостроении: морские и речные суда на стапелях.

в строительстве: инженерно-строительные объекты.

в машиностроении: крупное оборудование для прокатного, литейного и прессового производств.

Т.е. сначала необходимо моделирование процесса совместного исполнения таких объектов, а уже потом составление технико-экономического плана производства для предприятия.

Главная задача менеджмента заключается в том, чтобы составить такое расписание (очередность) исполнения объектов, которая бы обеспечивала минимальную продолжительность (длительность во времени) совместного завершения их предприятием и сдачи заказчику.

Поскольку производственный цикл рассматриваемых объектов равен нескольким месяцам, то продолжительность совместного планирования их производства превышает год. То - есть, речь может идти о составлении плана-расписания на период от одного до двух и более лет.

Проблема установления плана-расписания решается путем разработки линейных календарных графиков, с помощью которых моделируется расписание, т.е. последовательность исполнения объектов во времени.

Первым шагом в организации процесса планирования множества объектов является разработка топологии для каждого объекта, т.е. некоторой технологической последовательности исполнения объекта, которая изображается в виде последовательности некоторых отрезков времени (этапов) производства. (Рис. 1, 2) Этап производства - это комплекс работ исполняемый специализированной группой.

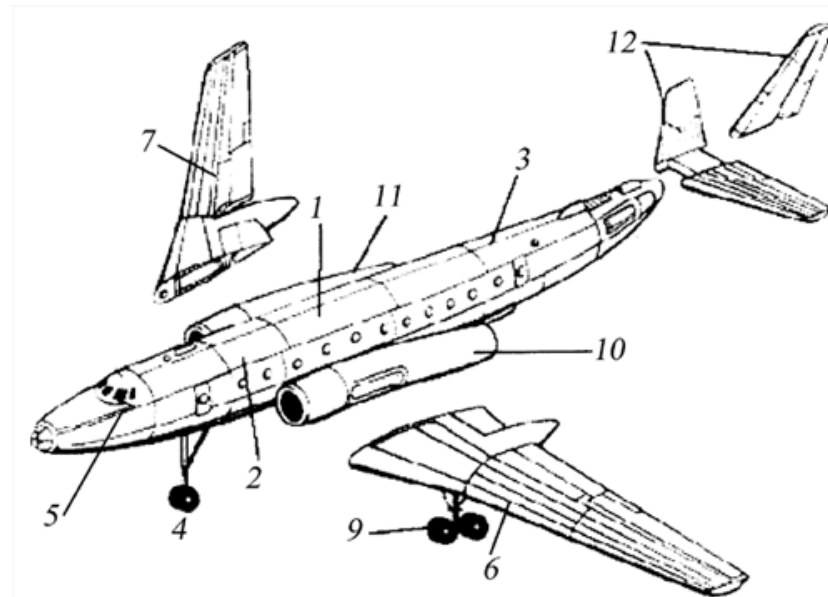


Рис. 1. Элементы агрегатной сборки самолета.

1. Блок средних секций (БСС);
2. Блок задних секций (БЗС);
3. Блок передних секций (БПС);
4. Шасси (передняя стойка) (ПСШ);
5. Кабина пилотов (КП);
6. Правое крыло (ПК);
7. Левое крыло (ЛК);
9. Шасси (правая стойка и левая стойка) (ШАСС);
10. Гондола левого двигателя (ЛД);
11. Гондола правого двигателя (ПД);
12. Заднее оперение. (ЗО).

Этапы производства характеризуются несколькими параметрами: временем исполнения "продолжительностью", стоимостью, трудоемкостью, затратами на оплату труда.

Разделение всего процесса исполнения объекта на этапы возможно, так как в реальной ситуации, упомянутые выше объекты, собираются специализированными бригадами, выполняющими определенные комплексы работ или монтаж отдельных агрегатов.

Например, производство летательного аппарата типа самолет, его сборка осуществляется из некоторого числа агрегатов. На рис. 1 представлен примерный перечень таких агрегатов.

Последовательность решений менеджеров-технологов заключается в следующем:

Определяется перечень агрегатов (комплексов работ), т. е. перечень этапов по каждому объекту.

Разрабатывается технологическая последовательность исполнения этапов.

Определяются временные параметры этапов (их продолжительности) в днях.

Строится топология объектов (без совмещения этапов во времени).

Определяются возможные параметры совмещений этапов по объекту в (днях).

Строится окончательная топология объекта, т.е. модель завершающая представление объекта на календарном графике. (Рис.2)

Продолжительность этапов в днях может быть определена по выражению (1):

$$[\text{Продолжительность, дней}] = \frac{[\text{Трудоёмкость, чел. – дней.}]}{[\text{Число_исполнителей, чел.}]}, \quad (1)$$

Разработка топологии объекта наиболее ответственный шаг в составлении плана-графика.

От качества представленной группой менеджеров топологий объектов напрямую зависят результаты технико-экономического планирования, его качество. Для большей адаптации топологии объекта (Рис.1) к реальным условиям производства разработчик -технолог может ввести совмещение производства отдельных этапов во времени, т. е. их одновременное исполнение в течении некоторого периода. Это означает, моделирование топологии как параллельно-последовательного процесса производства (рис.2.).

Таким образом, возникает технологическая цепочка (последовательность, технология объекта), которая в КПМО увязывается с другими объектами.

В целом учет совмещений представляет собой сложную и ответственную задачу, т.к. величина совмещений, их количество и порядок определяют продолжительность производственного процесса.

Посредством совмещения этапов одного объекта может быть существенно сокращена не только индивидуальная продолжительность объекта, но также их общая продолжительность в календарном плане множества объектов (КПМО).

Как следует по рис. 2 количество этапов объекта равно 12. В течение года в производстве может находиться несколько объектов. Зарубежная практика показывает; для того чтобы авиастроительная фирма была прибыльной она должна в год собирать не менее 10 самолетов.

Это означает, что практика планирования встречается с необходимостью учета взаимосвязей $10 \cdot 12 = 120$ этапов. Поэтому естественно, что не может идти речь об организации какой-либо ручной обработки информации и расчете параметров КПМО. Это обуславливает обработку информации и представление результатов с помощью ЭВМ.

То есть, при применении ЭВМ задача специалистов сводится к разработке топологии каждого объекта, даже без временных параметров, без указания продолжительности этапов в днях, поскольку этот показатель сам является функцией числа исполнителей в специализированной группе. Процесс их определения моделируемый на ЭВМ может быть формализован с применением формулы (1). Поскольку величина практически каждого совмещения может устанавливаться как по мини-

муму, так и по максимуму, то высший менеджмент получает эффективный инструмент управления производством множества объектов.

№ этапа	Наименование этапа	Затраты труда, чел-дней	Месяцы по порядку												Совмещение		
			1			
1	Блок средних ссекций	100	■														0
2	Блок передних секций	100	■	■													12
3	Блок задних секций	100		■	■												12
4	Передняя стойка шасси	40			■												10
5	Кабина пилота	75			■	■											12
6	Левое крыло	75			■	■											15
7	Правое крыло	75				■	■										7
8	Интерьер	225				■	■	■									15
9	Шасси левая и правая стойки	0						■	■								7
10	Гондола левого двигателя	45								■	■						10
11	Гондола правого двигателя	45											■	■			0
12	Заднее Оперение	80													■	■	10

Рис. 2.Топология исполнения объекта (самолета)

Таким образом, после разработки топологий всех объектов они объединяются в календарном плане множества объектов, при этом, естественно этот процесс будучи формализован в программе, реализуется автоматически и составляет один из возможных вариантов плана-расписания производства объектов (рис. 3. и рис. 4).

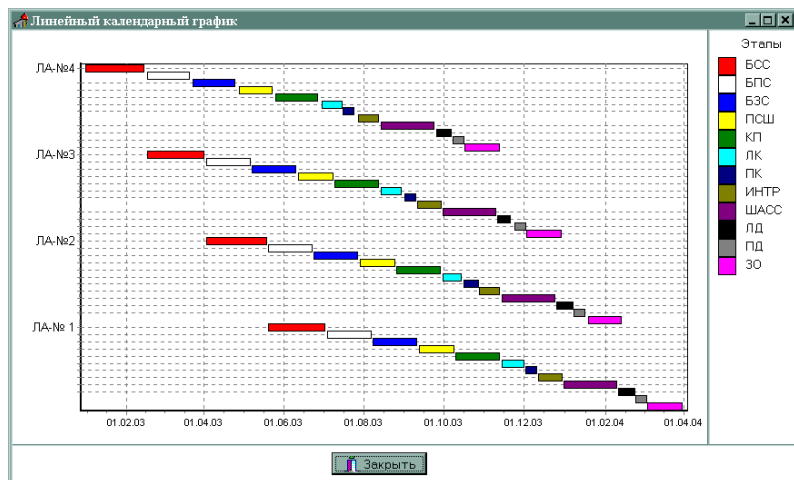


Рис. 3. Вариант календарного плана по начальным исходным данным

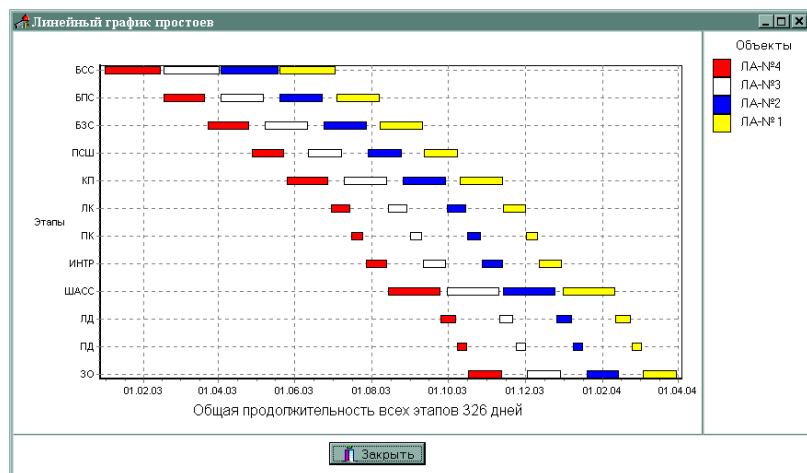


Рис. 4. Вариант графика простоев по начальным исходным данным

Получение оптимальной модели плана производства осуществлялось с применением "Программного комплекса управления производством множества объектов (Расписание)", свидетельство РОСПАТЕНТА об официальной регистрации программ для ЭВМ за № 2003611039.

На рис. 3 и рис.4 представлена, предварительна модель плана производства множества объектов не учитывающая совмещение этапов во времени, и уровень фактической степени готовности этапов Общая продолжительность плана 326 дней.

После анализа данных этого варианта расчета были установлены нерациональные соотношения между количественным составом рабочих в группах: по группам одних этапов имел место "излишек", по группам других "недостаток" рабочих. В результате нескольких итераций найдено рациональное соотношение между количественным составом рабочих в группах (бригадах) и получен (с учетом совмещений) улучшенный вариант плана - расписания.

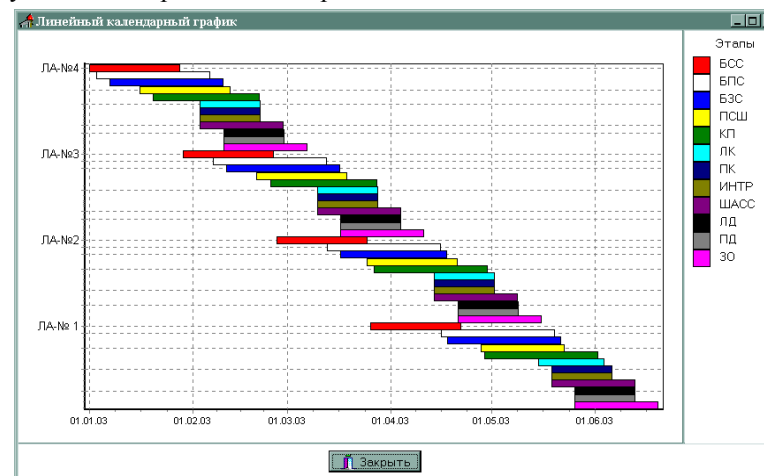


Рис. 5. Вариант календарного плана с учетом минимизации простоев

Оптимальный план-расписание производства объектов с учетом рациональной численности рабочих в группах, совмещений этапов представлено в рис.5 и рис. 6. Продолжительность плана - расписания 195 дней.

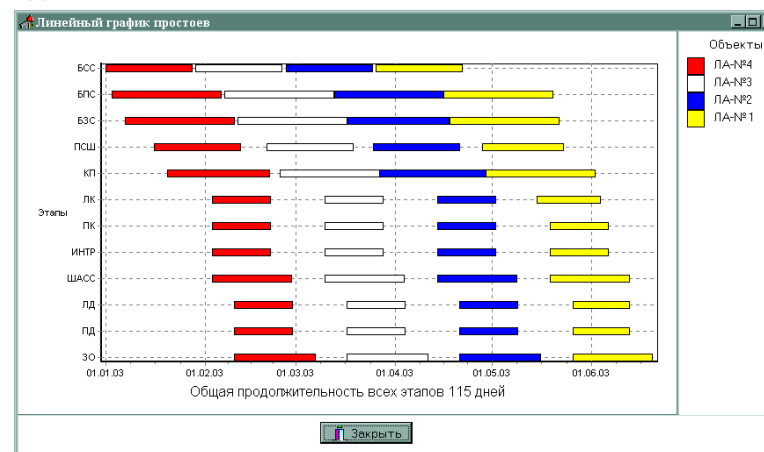


Рис. 6. Вариант графика минимальных простоев

Учет данных о совмещении этапов во времени позволяет сократить общую продолжительность плана производства и получить высокого уровня интенсивности оптимальный план (расписание) производства множества объектов. Именно такой вариант может быть принят в качестве исходной базы для составления плана предприятия, заключения договоров о времени сдачи объектов заказчику. Таким образом, моделирование процесса планирования производства множества объектов с использованием компьютерных технологий является необходимым экономическим инструментом для составления оптимального и напряженного плана производства.

* * *

1. Бабушкин А. И. Моделирование и оптимизация сборки летательных аппаратов. М.: Машиностроение, 1990.

2. Сафроненко В. А. Математическое и электронное моделирование задач календарного планирования. Минск, 1972.

М.В. Хрусталёв

*Самарская государственная
экономическая академия.*

К ВОПРОСУ О ПРИОРИТЕТАХ СТРУКТУРНОЙ ПОЛИТИКИ

Реструктуризация промышленности является важным аспектом промышленной политики на том или ином этапе исторического развития любой экономической системы.

Анализ международного и отечественного опыта показывает, что этот процесс является весьма специфичным и имеет отличия в любой отдельно взятой стране, вызванные различием достигнутого уровня производительных сил, целевых установок развития.

Стимулирование сдвигов в отраслевой структуре промышленного производства приводит к увеличению удельного веса одних отраслей и снижению других, отражая тем самым формирование новой структуры, приспособленной к рыночному спросу, реальным потребностям общества и условиям конкурентоспособности. Одновременно претерпевает значительные изменения и территориальное размещение производства, в результате чего усиливается дифференциация регионов по уровню социально-экономического развития. Последнее обстоятельство, как правило, требует принятия дополнительных мер со стороны правительства.

Очевидно, что реализация того или иного варианта структурной политики в рыночных условиях сводится в конечном счете к переносу центра тяжести с поддержки отраслей, утративших сравнительные преимущества, на отрасли перспективные, обеспечивающие максимальный мультипликативный эффект. В этих условиях возрастает необходимость выбора приоритетов.

Опыт разработки структурной политики показывает, что среди критериев оценки приоритетности отрасли можно выделить следующие:

1. Экспортный потенциал. Когда продукция отрасли создает возможности для быстрого наращивания экспорта, базируясь на сравнительных преимуществах национальной экономики. При этом рассматриваются и оцениваются перспективы усиления конкурентоспособности данной отрасли на внешнем рынке. Для этого составляются прогнозы рыночной конъюнктуры на мировом рынке применительно к той или иной продукции, определяются долгосрочные тенденции роста и т.д.

2. Перспективы спроса на продукцию на внутреннем рынке. Отбор таких приоритетов осуществляется в рамках стратегии импортозамещения для смягчения зависимости экономики страны от экспорта посредством роста внутреннего спроса. Для оценки применяются в основном традиционные методы определения эластичности спроса на продукцию по доходу: чем быстрее развивается национальная экономика, тем выше спрос на продукцию рассматриваемой отрасли на внутреннем рынке.

3. Развитие нации в целом. Приоритетная отрасль промышленности должна содействовать достижению более высокой стадии индустриального развития.

4. Минимальная зависимость от импорта сырья и энергии. Эти приоритеты вписываются в программы по снижению ресурсоемкости промышленного производства. Сюда относят отрасли, в которых объем и удельный вес условно-чистой продукции выше в общем объеме промышленного производства. Развитие таких отраслей способствует долгосрочной перспективе повышения конкурентоспособности.

5. Минимизация дефицита в торговом балансе страны.

6. Благоприятный побочный эффект. Преимуществом пользуются те отрасли, развитие которых ведет к повышению эффективности производства в других секторах (отраслях) экономики.

При отборе отраслей и отнесении их к приоритетам развития национальной промышленности следует учитывать такие возможные и обязательные ограничения как недопустимость создания монополий (кроме экономически оправданных), экологически и социально опасных проектов.

Определение приоритетности отдельных отраслей обычно предполагает максимальное привлечение в них частных инвестиций с определением степени государственной поддержки. Кроме того при разработке стратегии становления национальных производительных сил четко определяются те сферы, где главным направлением развития может стать, во-первых, импортозамещение на базе реконструкции имеющихся и создания новых мощностей, во-вторых, углубленное сотрудничество с другими странами и взаимовыгодное использование их производственного потенциала.

Реструктуризация промышленности должна осуществляться на основе изучения положительного отечественного и международного опыта, адаптации его к национальным условиям развития.

МЕТОДЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ ПОТОКОВ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В современных условиях и темпах развития Российской экономике необходима система определения, оценки, прогнозирования результатов деятельности, как отдельно взятого предприятия, так и финансово-промышленных групп. Выстроенная система должна отвечать современным тенденциям развития экономики предприятия и отслеживать макроэкономические показатели в стране и во всем мире. Соответствие параметров системы реальности будет способствовать более точному прогнозируемому результату.

Согласно советской методологии экономики и производства, промышленные предприятия должны были производить продукцию с учетом максимальной загрузки производства, так как существовавшая система регламентации затрат и уровня рентабельности позволяла "эффективно" перераспределять производственные блага. Деятельность предприятия определялась на много лет вперед с фиксированным уровнем затрат, сбыта готовой продукции, капиталовложений, развития производства и. т. п. В соответствии с многолетними планами несложно было определить будущие финансовые показатели деятельности предприятия, так как они практически оставались неизменными. Таковую модель построения системы прогнозирования можно было считать идеальной, только при условии существования плановой экономики с ее жесткими нормативными параметрами, т.е. государство будет планово, по графику снабжать заводы сырьем, денежными капиталами и при этом реализовывать всю выпускаемую ими продукцию. Как было отмечено выше, такая система прогнозирования могла превосходно функционировать и давать положительные результаты в плановой экономике. Бывшая система исключала многоуровневый подход к решению задачи, поэтому ее можно считать простой системой прогноза финансовой деятельности.

С появлением в нашем государстве новых веяний и реалий, введением рыночных отношений в экономике, таких как свободное ценообразование, становление частной собственности и других, проблемы планирования и прогнозирования бизнеса стали не актуальны. Перед новыми собственниками, зачастую бывшими директорами, стояли вопросы выживания и приспособления к новым условиям. В этот период выпуск продукции и сбыт, как правило, планировался исходя из имеющихся производственных мощностей. А вопрос "Что производить?" решался на уровне простого сравнения уровня сбыта готовой продукции и затрат на ее производство. Само производство проще было закрыть, законсервировать, чем искать новые рынки сбыта. Ситуация усугублялась отрицательным соотношением "цена - качество", по сравнению с аналогичными импортными товарами.

В середине 90-х годов прошлого века назревший кризис в экономике разрядила вторая волна приватизации. В этот период наблюдалась

тенденция к концентрации капитала. Появление первых отечественных финансово-промышленных групп, разделение и сегментация - в рыночных условиях способствовало специализации и структуризации этих новых объединений. В развивающейся рыночной экономике наиболее актуальным стал следующий тезис "производить то, что продается".

Экономический кризис августа 98г. (дефолт) положительно повлиял на развитие промышленного производства, хотя повлек за собой ряд серьезных социальных проблем (одномоментно миллионы наших сограждан стали в несколько раз беднее, их уровень дохода значительно снизился). Из-за резкого снижения себестоимости, российские товары стали более конкурентоспособными как на мировом рынке, так и на внутреннем. В связи, с чем возрос уровень потребляемой продукции, увеличилось производство, наметилась тенденция экономического роста. В настоящий момент система, получившая определенной силы импульс, приходит в состояние покоя, о чем свидетельствуют уменьшающийся темп роста.

Произошедшие изменения внесли в систему производства свои положительные плоды, заложили фундаментальную основу роста, но не ответили ни на один вопрос, связанный с будущим развитием предприятий (структурная единица, бизнес): Каким темпам роста они подвержены и в какого рода импульсах они могут нуждаться, чтобы достигнуть заданного результата? Отчасти вопрос стал упираться в конкурентоспособность производства (технологии), производимой продукции и оказания услуг. Хотя эта проблема многообразна и не односложна (состоит из нескольких частей, таких как модернизация технологий, снижение уровня затрат, подготовка квалифицированного персонала, разработка и внедрение научно исследовательских и опытно конструкторских разработок и т. д.) необходимо приступить к ее решению уже сегодня, так как изношенность оборудования очень велика. Уже сегодня действующее, оборудование не отвечает современным требованиям технического, экологического и производственного уровня. Между тем, чтобы поддерживать нормальные темпы роста (рентабельность производства) необходимо осуществлять определенный объем продаж для получения положительного оптимального денежного потока.

Таким образом, методологический подход можно выстроить следующим образом: заданный финансовый поток - соответствующий уровень продаж - производство. Необходимо учитывать непрерывность и цикличность выше перечисленных процессов. Правильное определение денежного потока позволит оптимизировать управленческие решения, а менеджменту компании не заниматься "латанием дыр" в бюджетных технологиях.

Принимая во внимание, тот факт, что определение денежного потока, бюджета доходов и расходов является составной частью финансового менеджмента, целесообразно вывести регулирование денежными средствами и их эквивалентами (ценные бумаги, векселя, чеки и т.п.) из процесса принятия решения в системе построения бюджетов и исследовать его, как самостоятельную структурную единицу, по возможности определяя его динамику для будущих периодов. Выделение финансового потока и дистанционирование его от бюджетного процесса, с мето-

дологической точки зрения необходимо, чтобы определить влияние на него первоначальных факторов и степень зависимости от них его формирования.

Прогнозирование поступления и оттока денежных средств позволит определить временные интервалы наиболее благоприятные или отрицательные в финансовом плане; поможет своевременно принять решение о пополнении оборотных средств; взятии или погашении кредита; предоставлении займа; погашения кредиторской или дебиторской задолженности; покупке новых технологий и т.д. Данные моменты, безусловно присутствуют в бюджетной системе но они статичны, что позволяет менеджменту принять необоснованное решение. Бюджет денежных доходов и расходов отображает фактический и предполагаемый уровень поступлений и расходования денежных средств в определенный промежуток времени и чем он меньше, тем более точный результат будет достигнут, то есть при $t \rightarrow 0$, он точен ежедневно. Данное соответствие или точность не может в полной мере соответствовать требованиям развития предприятия, бизнеса, так как выражает текущее состояние экономики.

Применяя математические методы в исследовании функций, возможно построение некой кривой поступления и оттока денежных средств. Скорее всего, эти процессы будут носить циклический характер, возможно предположить, что полученная функция будет иметь образ \sin или \cos и зависеть от времени t . Выстроив функциональную зависимость, можно будет с достаточной достоверностью определить денежные средства в любой временной промежуток. Математическая модель должна содержать методы самоконтроля и коррекции, быть зависимой от фактических данных, предусматривать корреляцию с биржевыми показателями, то есть не быть замкнутой в простом определении поступления и оттока денежных средств. Эту зависимость можно достичь введением в модель экспертных функций, которые будут корректировать функцию денежного потока. Как любая физическая система, предприятие получив импульс может выйти из состояния равновесия, совершая затухающие колебания, оно постоянно нуждается в новых импульсах.

Моделирование денежного потока наглядно покажет периоды избытка финансовых средств и периоды их отсутствия, а также укажет их временной интервал, что поможет принять правильное управленческое решение в сфере финансирования предприятия или корпорации.

Е. М. Шевлякова

*Социально-экономический колледж
г. Тольятти*

ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ АО "АВТОВАЗ"

В условиях усиления интервенции со стороны иномарок положение и развитие отечественных автомобилестроительных заводов существенно осложняется. Такое положение дел объясняется не только внешними, но и внутренними проблемами.

Технический и организационный уровни развития предприятия определяют экономические показатели хозяйственной деятельности. От устойчивости этих качественных уровней производства зависит эффективность использования производственных ресурсов.

На данном предприятии состояние организационно-технической устойчивости отражают специфические показатели (табл. 1).

Таблица 1

Динамика показателей, характеризующих организационно-технический уровень АО "АвтоВАЗ"

Показатели	На 1.01.98	На 1.01.99	На 1.01.00	На 1.01.01	На 1.01.02	На 1.01.03 ^{х)}
Количество некомплектов поставок, шт.	176887	258255	89055	39138	37542	40000
Простои глав. конвейеров, ч (норма =303,5 ч)	301	858	524	306,2	628	350
Потери от брака, % к себестоимости	0,55	0,81	0,68	0,59	0,46	0,4
Часовой темп сборки, авт./ч (норма авт./ч)	167,14	158,42	166,35	168,34	169,75	168
Потери от брака, млн. руб.	998	46,3	245,5	319,4	402,1	200
Пени, штрафы, млн. руб.	1979	1932	2272	156044	5415	2000

^{х)} прогнозируемые данные.

Показатели экономической устойчивости на данном предприятии свидетельствуют об устаревании основных фондов, а следовательно и технологии, об угрожающе высоком уровне привлеченных средств, о низкой платежеспособности и маневренности, об отсутствии динамичности в развитии (табл.2).

Существенным моментом, характеризующим финансовую устойчивость предприятия, является анализ состояния дебиторской и кредиторской задолженности (табл. 3).

Анализ экономического потенциала и финансового состояния АО "АвтоВАЗ" позволил выделить следующие проблемы: экономически необоснованное наращивание имущественного потенциала; устаревающее оборудование: износ основных фондов превышает критическое значение 50%; критическое (в 3 раза) превышение инвестиционных средств над собственными средствами; низкая степень платежеспособности: показатели текущей ликвидности находятся ниже критического уровня (2); уровень текущей задолженности партнерам, банкам и государству ежегодно увеличивается; система финансовых расчетов несовершенна; отсутствие свободных денежных средств; уровень зависимости от инвесторов угрожает устойчивости предприятия.

**Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности
АО "АвтоВАЗ", млн. руб.**

Период	Величина дебиторской задолженности	Величина кредиторской задолженности	Дебиторско-кредиторское соотношение
1.01.95	2 349 959	5 586 525	КЗ > ДЗ на 137,7 %
1.01.96	6 753 950	13 214 707	КЗ > ДЗ на 95,7 %
1.01.97	6 981 656	17 072 534	КЗ > ДЗ на 144,5 %
1.01.98	7 202 247	18 942 836	КЗ > ДЗ на 163,0 %
1.01.99	18 130	39 009	КЗ > ДЗ на 115,2 %
1.01.00	14 646	47 720	КЗ > ДЗ на 225,8 %
1.01.01	9 697	53 496	КЗ > ДЗ на 451,7 %
1.01.02	10 492	52 811	КЗ > ДЗ на 418,7 %

Анализ деловой активности, динамичности и эффективности использования экономического потенциала предприятия высветил следующие проблемы: нарушения динамичности развития предприятия: темпы роста выручки, прибыли и авансированного капитала не соответствуют соотношению $T_n > T_v > T_{ак} > 100\%$; низкая степень маневренности: сроки оборачиваемости задолженностей находятся в пределах 100 -300 дней; низкая оборачиваемость мобильных средств: срок оборота находится в пределах 100 -300 дней ; отрицательные результаты хозяйственной деятельности: за анализируемый период с 1994 по 2002 года предприятие имеет прибыль только за два года; отсутствие собственных средств финансирования обусловлено отсутствием свободных денежных средств; снижение показателей рентабельности продаж и основной деятельности; низкая эффективность использования собственного и авансированного капитала.

**Динамика структуры себестоимости готового автомобиля
в АО "АвтоВАЗ", % к итогу**

№ п/п	Статья затрат	На 1.01.99	На 1.01.00	На 1.01.01	На 1.01.02	На 1.01.03
1	Комплекующие изделия	42,1	49,4	48,2	51,6	51,1
2	Сырье и материалы	14,9	18,2	19,3	17,3	14,0
3	Зарплата и отчисления на соц. страхование	5,9	4,7	4,2	4,2	4,6
4	Содержание и эксплуатация оборудования	11,2	7,3	9,2	9,5	10,6
5	Цеховые расходы	6,9	4,5	4,2	4,3	4,8
6	Прочие условно - постоянные затраты	19,0	15,9	14,9	13,1	14,9
7	Итого	100	100	100	100	100

Таблица 5

Основные проблемы устойчивого развития АО "АвтоВАЗ"

Направления проблем	Проблемы 1-го уровня	Проблемы 2-го уровня				Последствия
Технические	Моральный и физический износ основных фондов	Значительные затраты на ремонт оборудования	Значительные затраты на рекламу	Убыточность экспорта	Большая глубина производственного цикла	Ограничения повышения производительности оборудования
	Моральное устаревание технологических процессов					Низкий моральный уровень кадров
	Выпуск низкокачественной (неконкурентоспособной) продукции					Снижение рентабельности продаж
	Ограниченная ассортиментная структура					Формирование отрицательного имиджа предприятия
Организационно-экономические	Громоздкая структура управления предприятием	Неструктурированная система поставщиков и дилеров			Наличие многочисленных посредников	Отсутствие обратной связи с клиентом
	Отрицательные результаты хозяйственной деятельности	Отсутствие свободных денежных средств			Замедление оборачиваемости оборотных средств	
		Отсутствие мотивации у персонала			Низкая инновационная деятельность	
		Низкая степень платежеспособности предприятия			Низкая степень привлекательности для инвесторов	
	Несовершенная система финансовых расчетов	Высокий удельный вес дебиторской и кредиторской задолж. в структуре баланса			Неритмичные поставки комплектующих изделий	
Большие запасы на складах материалов, комплектующих изделий и т.д.			Потери от простоев конвейеров			
						Низкая оборачиваемость запасов

Общие выводы о деятельности главного представителя автомобильной индустрии свидетельствуют о том, что проблемой №1 для АО "АвтоВАЗ" являются высокие затраты в производстве (табл. 4).

Главные статьи расходов связанные с закупкой комплектующих изделий, сырья и материалов являются основными объектами мероприятий по снижению затрат.

Автомобили, выпускаемые АО "АвтоВАЗ", являются неконкурентоспособными на внешнем рынке.

Проблемы устойчивого стратегического развития АО "АвтоВАЗ" условно можно разделить на два уровня и определены последствия их влияния (табл. 5).

Анализ показывает, что первоисточником многочисленных проблем автозавода является несовершенство организации производственных процессов, слабость систем поставок комплектующих изделий и сбыта готовых автомобилей, низкая инновационная активность.

А.В. Щуцкая
Самарская государственная
экономическая академия

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

Устойчивое развитие сельского хозяйства России невозможно без усиления роли государства и поддержки этой важнейшей отрасли экономики, призванной обеспечить продовольственную безопасность страны.

Все развитые страны мира рассматривают сельское хозяйство в качестве приоритетной отрасли, направляя туда значительную часть бюджетных средств, об этом свидетельствуют размеры государственной поддержки. Так правительственная помощь в расчете на 1 га пашни в Канаде составляет 123 долл., в США - 210 долл., в странах ЕС - 1120 долл., а в России не более 10 долл. Столь мизерная поддержка аграрного сектора экономики в РФ является не оправданной, поскольку около 70 % земель в стране находится в зоне рискованного земледелия, средняя природная продуктивность одного гектара пашни в 2-3 раза ниже, а энерго- и материалоемкость сельскохозяйственного производства в 4 - 5 раз выше по сравнению с перечисленными зарубежными странами. Следовательно, отечественное продовольствие по объективным причинам является менее конкурентоспособным. Более того, неблагоприятные стартовые условия усилены в результате крайнего ослабления материально-технической базы сельского хозяйства. Поэтому в России для поддержания конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции на внутреннем и мировом рынке государственной поддержке должно уделяться пристальное внимание.

Государственное регулирование сельского хозяйства в странах с развитой рыночной экономикой - это сложный механизм, включающий такие рычаги как цены, налоги, дотации, ссуды и кредиты. Основную

¹ Государственное регулирование рыночной экономики / Под ред. В.И. Кушлина, И.А. Волгина. М., 2000.

роль в данной системе играет поддержка определенного уровня цен, обеспечивающих стабильность доходов товаропроизводителей. Например, в США министерство сельского хозяйства разрабатывает ежегодно программу закупок сельскохозяйственной продукции по гарантированным ценам, обеспечивающий фермерам минимальный уровень рентабельности. Наибольшее воздействие распространяется на зерновой рынок. При высоких урожаях, когда предложение продукции может превысить спрос на нее, а рыночная цена снизится, государство интенсивно закупает продукцию. Международная практика свидетельствует о том, что для эффективной защиты рынка при перепроизводстве зерна государство должно гарантировать выкуп 30-40 % его емкости. В неурожайные годы на рынок направляется часть государственных запасов сельскохозяйственной продукции и тем самым устраняется возможность роста цен на продовольствие. Аналогичная ценовая политика проводится в странах ЕС.

Для России характерна монополизация заготовительной системы и переориентация сельхозпроизводителей на реализацию продукции по альтернативным каналам. Отсутствие у государства товарных ресурсов не позволяет ему осуществлять ценовое регулирование аграрного рынка. Так, например, в Самарской области, где основой сельского хозяйства является производство зерна, за период 1999-2001 гг. лишь 5 % объемов его реализации приходилось на закупки для государственных нужд. В 2002 г. при высоком урожае назрела проблема перепроизводства зерна, ввиду неотлаженности рыночного регулирования. Количество предприятий, принимающих участие в государственных интервенциях, снизилось, а удельный вес зерна реализованного по данному каналу составил лишь 2,2 %. В итоге, 2/3 сельскохозяйственных предприятий из-за низких рыночных цен на зерно получили убыток от его реализации. Уровень убыточности составил - 4,2 %, что привело к значительному снижению финансовой устойчивости сельскохозяйственных предприятий региона.

Влияние объема государственной поддержки на урожайность зерновых культур и ее устойчивость (Самарская область, 2002 г.)

Группы предприятий по объему субсидирования растениеводства в расчете 1 га пашни		Количество предприятий		В среднем приходится субсидий в растениеводстве, руб./ га пашни	в том числе		Урожайность зерновых культур, ц/га	Коэффициент устойчивости, %
					на поддержку элитного семеноводства	на приобретение минеральных удобрений и средств защиты растений		
№	руб.	всего	в % к итогу					
I	0	57	14,9	0	0	12,7	60,3	
II	0-50	165	43,1	20	0,3	15	60,5	
III	50,1-100	75	19,6	73	0,1	60	65,7	
IV	100,1-150	44	11,5	120	0,6	92	68,0	
V	более 150	42	11,0	209	2,9	139	68,5	
Итого		383	100	60	0,5	44	63,1	

Что касается объемов государственной поддержки аграрного сектора экономики Самарской области в виде субсидий, то за период 1999-2002 гг. она увеличилась почти в 5 раз, из них 3/4 средств направлено в зерновую отрасль. Однако, несмотря на рост бюджетного финансирования, размер его в регионе остается незначительным: доля в стоимости товарной продукции составила лишь 3,8 % (в среднем по России 3,5-4 %), в то время как в странах ЕС 45-50 %. Хотя, как показывают расчеты, даже столь невысокий уровень поддержки способен влиять на устойчивость отраслей сельского хозяйства.

Приводимые данные свидетельствуют о том, что с увеличением объема субсидий в растениеводческую отрасль урожайность культур и устойчивость ее получения возрастают. Наиболее высокий уровень производства наблюдается при объеме субсидий от 100 и более рублей на 1 га (IV и V группа). Однако таких предприятий насчитывается лишь 22,5 %. Они в 2-3 раза больше, чем в среднем по области, получают бюджетных средств на приобретение минеральных удобрений и средств защиты растений, имеют большие возможности по развитию элитного семеноводства. Развитие главных направлений интенсификации производства позволяют получать предприятиям IV и V групп урожайность на 20- 30 % выше средне областного значения. Объемы производства продукции с единицы площади здесь в меньшей степени зависят от колебаний погодных и иных неблагоприятных условий, так как коэффициент устойчивости на 5,0 - 5,4 процентных пункта выше, среднего показателя.

Таким образом, отечественный и зарубежный опыт свидетельствует, что для устойчивого развития сельскохозяйственного производства, особенно в зонах рискованного земледелия, необходимо использовать все рычаги государственного регулирования.

Р. Э. Эргашев

Самаркандский государственный университет

ИНВЕСТИЦИИ КАК ПУТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Туристические ресурсы Узбекистана - климат, ландшафты, исторические памятники, самобытность народа соответствуют уровню таких мировых туристических держав, как Италия, Греция, Египет. Имеющийся в Узбекистане потенциал предопределяет развитие конгрессного туризма в городах Ташкенте и Самарканде; познавательного - на базе памятников истории и культуры в городах Ташкенте, Бухаре, Самарканде, Хиве, Коканде и других; лечебно-оздоровительного и спортивного - на базе лечебных источников, здравниц и спортивных комплексов; межгосударственного - на базе и в рамках Великого шелкового пути, центральная часть которого приходилась на территорию Узбекистана. Узбекистан имеет возможность предоставления услуг в области 15 видов туризма, практикуемых сегодня в этой отрасли в мире и по своим

туристическим ресурсам занимает первое место в Центральной Азии, а также входит в число 10-15 стран мира, обладающих уникальным туристским потенциалом.

Директор Нью-йоркского тренингового центра по туризму, профессор Андреа Лембергер: " В свой первый приезд в Самарканд по вопросам консультирования отеля "Афросиаб" в 1997 году я поняла, каким потенциалом в сфере туризма обладает Узбекистан. У вас есть такая экзотика, которая может привлечь туристов из любой точки мира: и памятники зодчества, и богатые традиции, и гостеприимные люди ".

По сравнению с 1991 г. в 1999 г. число иностранных туристов, посетивших Узбекистан, увеличилось в 16 раз и достигло 270 тыс. человек. По подсчетам специалистов НК "Узбектуризм", средние затраты иностранного туриста в Узбекистане составили \$1300 (с учетом приобретения авиабилетов около 2,5 тыс.). Таким образом, туризм - это колоссальный источник доходов для нашей страны. Въездной туризм обеспечивает валютные поступления в страну, увеличивает занятость населения в сфере туристического обслуживания, тем самым решаются важные для республики социальные задачи. Ведь это не только доходы туристических фирм, но и других предприятий: автотранспорта, кафе и ресторанов, торговли, ремесленников. Можно считать, что наша страна в 1999 году получила средний доход от экспорта туристских услуг в размере \$ 341 млн. На начало 2000 года отрасль туризма Узбекистана освоила более чем \$ 200 млн. иностранных инвестиций, что составило 15,1% от всего освоенного республикой объема к началу 2000 года.

По оценкам международных экспертов и экспертов НК "Узбектуризм", на сегодняшний день туристический потенциал страны используется на 12-15%.

По моему мнению, одной из основных причин, по которой туристический потенциал осваивается не полностью, и которая оказывает негативное влияние на уровень и характер функционирования туристической сферы, является неразвитость производства сферы услуг, инфраструктуры туризма, а также низкий уровень состояния объектов обслуживания туристов - гостиниц, ресторанов.

Развитие сферы услуг туризма затрудняет недостаточная материально - техническая база, которая распределена на территории Узбекистана неравномерно: 40% всего производственного потенциала туризма сосредоточено в г. Ташкенте и Ташкентской области, 37% расположено на территории Бухарской, Самаркандской и Хорезмской областей, около 16% в Ферганской долине. При этом остальная часть регионов, составляющих около 50% площади республики обладает 7% туристического потенциала.¹

Почти все гостиницы, кемпинги, тур базы нуждаются в капитальном ремонте и реконструкции. Для полной характеристики современного состояния туристического рынка важное значение имеет анализ динамики материальной базы туризма, в частности средств размещения.

Анализ динамики изменений показателей, характеризующих материальную базу туризма, показал, что в период 1991-1996 г.г. количество

туристских объектов сократилось с 31% до 29%, при этом количество мест для приема туристов в гостиницах сократилось в 1996г. по сравнению с 1993-на 16%, в кемпингах в 1996 г. по сравнению с 1991-на 78%, на тур базах - на 32%. Такое уменьшение номерного фонда обусловлено как сокращением количества объектов размещения, так и реконструкцией гостиниц с увеличением количества номеров люкс и апартаментов повышенной комфортности. Подобное состояние материально-технической базы в определенной степени влияет на динамику туристского потока.

В Узбекистане наблюдается устойчивая тенденция динамического развития туристической отрасли. Однако сдерживающим фактором по-прежнему остается неразвитость туристической инфраструктуры. Решив данную проблему, Узбекистан получит возможность резко увеличить количество обслуживаемых туристов. Одно из оптимальных решений данной проблемы - привлечение иностранных инвестиций в сферу туризма и направление их, в первую очередь на развитие инфраструктуры.

Активная международная деятельность республики в части развития туризма и привлечения инвестиций получила свое признание на 12-й Генеральной ассамблее Всемирной туристической организации, проходившей в Стамбуле в октябре 1997 года, где Узбекистан наряду с Францией и Италией был избран в Исполнительный Совет Всемирной туристической организации.

В сфере туризма в Узбекистане уже реализован ряд инвестиционных проектов совместно с иностранными фирмами и компаниями. С участием зарубежных партнеров закончена реконструкция гостиничного комплекса "Узбекистан", АО "Шодлик" с передачей менеджмента немецкой фирме "Фон Кюртен Хотела энд Консалтинг". Завершена реконструкция гостиницы "Хорезм" в г.Хиве, в г.Бухаре полностью укомплектован гостиничный комплекс "Бухоро" Ведутся работы по реконструкции зоны отдыха на побережье Сырдарьи.

После принятия законов "Об иностранных инвестициях" и "О гарантиях и мерах защиты прав иностранных инвесторов" распространение национального режима на западных инвесторов повысило привлекательность вложений в экономику Узбекистана.

Важным шагом для привлечения иностранных инвесторов в сферу туризма является Указ Президента РУ от 02.06.95 г., который освобождает вновь образуемые туристические организации и предприятия Ташкента, Самарканда, Бухары и Хивы от всех налогов с момента создания до получения первой прибыли. В год получения первой прибыли туристические организации, расположенные в этих городах, выплачивают 50% налога на прибыль, во второй год - 75%, начиная с третьего года - 100%. Кроме этого, иностранные инвесторы освобождаются от налога на вывозимую прибыль сроком на 5 лет.

Сегодня, несмотря на принимаемые меры, иностранные капиталовложения не дают максимальных результатов - как в плане притока иностранного капитала, так и в плане общего воздействия на темпы экономического развития индустрии международного туризма. Крупным сдерживающим фактором в этом отношении является неадекватность правовых и организационных структур, а также риски и практи-

¹ По данным НК "Узбектуризм"

ческие трудности, сопряженные с осуществлением предпринимательской деятельности.

Основной целью инвестиционных стимулов является создание реальных условий, когда иностранный инвестор будет заинтересован во вложении своих средств в развитие экономики Узбекистана. Необходимо учитывать, что инвестиционные стимулы, применяемые в стране, должны соответствовать стандартам, действующим в большинстве стран мира и способствовать усиленному привлечению иностранных инвестиций.

В настоящее время увеличение объемов ПИИ в индустрию туризма в Узбекистане может произойти только с появлением более благоприятных экономических условий, т.е. с созданием оптимального налогового законодательства; либерализацией внешней и внутренней торговли; с обеспечением свободного доступа к кредитным и другим ресурсам и с усилением конкуренции.

В целом развитие туристической сферы в Узбекистане, ее необходимость и экономическая выгода не вызывают сомнений. Важно, чтобы правительство республики определило это направление одним из приоритетных в экономической стратегии развития страны. Программа развития определенная государством, должна включать прежде всего развитие и совершенствование туристической инфраструктуры, расширения сферы услуг, развитие частного предпринимательства в туристической сфере, строительство гостиниц, широкую рекламную деятельность и пропаганду наших исторических и культурных ценностей за рубежом.

Кроме того, было бы полезным для развития отрасли, если бы государство реализовало такие мероприятия, направленные на привлечение в нее иностранных и внутренних инвестиций, как:

- гарантии конвертации прибыли иностранным инвесторам;
- широкое ознакомление потенциальных инвесторов с туристскими ресурсами Узбекистана;
- упрощение визового режима и таможенных процедур, чтобы облегчить въезд-выезд иностранных туристов в республику;
- максимально упрощенная процедура вхождения в туристский бизнес любого предпринимателя, всерьез этого желающего;
- развитие здоровой конкурентной среды путем демополизации туристского рынка.

Грамотная инвестиционная политика в индустрии туризма может обеспечить Узбекистану в будущем одно из передовых мест среди туристских государств мира. Тогда станет возможным в полной мере осуществить прогнозы экспертной группы ПРООН, работающей в Узбекистане с 1997 года, которая считает, что к 2005 году число туристов, посещающих Узбекистан возрастет до 1 миллиона человек, а доходы от туризма могут превысить 1 миллиард долларов США.

Секция 2

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА

Н.В. Абрамов, В.В. Борисов

*Самарская государственная
экономическая академия*

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

На современном этапе интенсификация производства и совершенствование методов хозяйствования неразрывно связаны с достигнутым уровнем управления данной производственной сферы. Ни малое значение в этом имеет информационное обеспечение. Поэтому, пока информационные и материальные процессы не будут рассматриваться как единое целое, трудно рассчитывать на существенные сдвиги в любой сфере деятельности. На первых порах данным процессам необходимо придать примерно одинаковое значение, а по мере развития и совершенствования производства приоритет информационной работы станет очевидным. Поэтому на сегодняшний день уровень материального производства должен характеризоваться не только трудоемкостью, фондоемкостью, как основными его показателями, но и информационной емкостью.

В этих условиях, отсутствие современных информационных технологий оперативного, бухгалтерского, статистического учета, способных функционировать в многопользовательском режиме, несоответствие плано-аналитической деятельности организаций требованиям рыночной экономики являются одним из факторов снижения деловой активности любого предприятия.

Эти цели находят все большую конкретную реализацию. В современной практике и методологии управления фирмами в условиях развитого рынка обычные представления о хорошей фирме как о монолитной, устойчивой и централизованно управляемой организации уступают место идеям о самореорганизации фирмы как форме адаптации к быстро меняющимся требованиям рынка. Соответствующие процессы должны разворачиваться на основе реинжиниринга деловых процессов (business process reengineering (BPR)) и тотального управления качеством.

Классические представления о реинжиниринге акцентируют внимание на его процессуальном характере, а также на отличиях по отношению к другим процессуальным стратегиям промышленного менеджмента (тотальное управление качеством, совершенствование бизнес-процессов, стоимостной анализ процессов и пр.) в рамках антитезы "улучшение-инновация". Реинжиниринг означает развитие новых взглядов на построение организации как на инженерную деятельность, что

предполагает формирование новых целей деятельности организации и широкое использование передовых коммуникационных и информационных средств для их достижения.

Согласно точке зрения, сформулированной Т. Давенпортом [1], реинжиниринг связывается с инновациями процессов. Это новый подход в бизнесе, объединяющий передовые информационные технологии и управление человеческими ресурсами. Здесь инновация процесса включает в себя полную реорганизацию процесса, новые стратегии организации труда и реализацию постоянных изменений, относящихся к технологическим, организационным и человеческим ресурсам предприятия.

Как правило, основными бизнес-процессами на предприятии являются следующие:

- управление персоналом (кадровая политика);
- обучение руководителей и специалистов;
- мониторинг рынка и отслеживание конкурентов;
- мониторинг клиентов;
- разработка новых продуктов, технологий, машин и производственных процессов;
- выбор и сертификация поставщиков;
- сервисное обслуживание;
- работы по управлению качеством продукции;
- выбор и сертификация дилеров;
- реклама товаров;
- управление материально-техническим снабжением;
- управление сбытом;
- управление финансами;
- планирование основного производства.

М. Хаммер [2] рассматривает BPR как революцию в бизнесе, которая знаменует отход от базовых принципов построения предприятий и превращает конструирование бизнеса в инженерную деятельность. Возможность такой революции обусловлена, в первую очередь, новейшими достижениями в области информационных технологий, специалисты которой начинают играть ведущую роль в конструировании бизнеса. BPR является направлением, возникшим на стыке двух различных сфер деятельности - управления (менеджмента) и информатизации. Именно поэтому реинжиниринг требует новых специфических средств представления и обработки проблемной информации, понятных как менеджерам, так и разработчикам информационных систем. Подобные средства требуют интеграции ключевых достижений информационных технологий и создания соответствующих инструментальных средств поддержки реинжиниринга.

Таким образом, коренное улучшение качества управления и, как следствие, повышение эффективности производства в современных условиях связаны, прежде всего, с повышением уровня его информатизации.

* * *

1. Davenport T. Process innovation, re-engineering work through information technology. - Boston MA: Harvard Business School Press, 1993. 336 p.

2. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе. СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 1997. 332с.

СОГЛАШЕНИЯ О РАЗДЕЛЕ ПРОДУКЦИИ (СРП). НЕКОТОРЫЕ ПРИЧИНЫ НЕЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ В РФ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Среди многих причин неэффективности СРП чаще других называют несовершенное законодательство. В процессе написания, редактирования и принятия ФЗ "О соглашениях о разделе продукции" активное участие принимали все заинтересованные стороны - федеральные и региональные органы законодательной и исполнительной власти, нефтяные компании, представители смежных отраслей и даже иностранные инвесторы. Каждая группа, естественно, хотела получить от СРП что-то свое, а в результате конфликт интересов и обусловил неэффективность закона.

Главный, на наш взгляд, недостаток ФЗ заключается в подмене основной цели раздела продукции. Хорошо известно, что для государства режим СРП предпочтительней других систем недропользования лишь в случае реализации дорогостоящих, сопряженных с повышенными рисками проектов нефтегазодобычи. К таким проектам относятся разведка перспективных участков и разработка очень крупных месторождений, требующих значительных инвестиций в развитие инфраструктуры с высокими эксплуатационными затратами (например, морские шельфовые проекты). При этом уменьшение рисков достигается двумя путями - фиксацией экономических, правовых и политических условий в текстах соглашений и собственно разделом продукции.

Возмещение затрат и раздел прибыльной продукции приводят к перекладыванию части геологических и экономических рисков с инвестора на государство. В результате стимулируется проведение наиболее рискованного этапа разработки - разведка перспективных участков, поиск новых месторождений.

Между тем из текста ФЗ "О соглашениях о разделе продукции" можно сделать вывод, что СРП нужны в основном для разработки разведанных и даже уже эксплуатируемых месторождений (п.4 ст.2 закона). Пункт 3 ст. 2 закона правда указывает, что разрешается предоставление на условиях раздела продукции не более 30% разведанных и учтенных государственным балансом запасов полезных ископаемых. Но на сегодняшний день 30%-я квота по нефти практически выбрана: на режим СРП уже переведены около 26,5% учтенных запасов нефти, но постоянно раздаются голоса по поводу увеличения квоты или ее полной отмены.

Дело в том, что российские нефтяные компании, по-видимому, и пролоббировавшие п.4 ст.2 ФЗ, восприняли СРП, прежде всего, как возможность перейти на более льготный экономический режим недропользования. Преимущества СРП для нефтяников очевидны: упрощение налогообложения, фиксирование условий соглашения с государством,

фактический выход из-под контроля назойливых министерств и ведомств.

Во властных структурах режим СРП всегда рассматривался, прежде всего, как средство привлечения иностранных инвестиций в ТЭК. И это действительно эффективный инструмент привлечения инвестиций. Однако необходимо понимать, что в данный момент времени отечественные ВИНК обладают достаточно серьезными финансовыми ресурсами и в ближайшей перспективе сами способны финансировать поисково-разведочные работы, разработку и обустройство месторождений. В то же время нужно учитывать, что в долгосрочной перспективе вряд ли сохранится та благоприятнейшая рыночная конъюнктура, характерная для последних 1,5 лет. Следующим немаловажным фактом является то, что все чаще наиболее перспективным нефтеносным районом называется морской шельф, а разработка и обустройство этих территорий характеризуется колоссальными финансовыми затратами и высочайшими рисками. Ни государство, ни одна из отечественных ВИНК не способны в настоящее время и в ближайшем будущем инвестировать необходимые средства, так как речь идет о сотнях миллиардов долларов. Таким образом, привлечение иностранных инвесторов является объективной необходимостью.

Сегодня в Правительстве и МЭРТ все это прекрасно понимают и относятся к СРП довольно прагматично. Основная задача государства состоит не в скоропалительном заключении все большего числа новых соглашений, а в наведении порядка в действующих.

Помимо самих нефтяников СРП также очень привлекает отечественных подрядчиков и производителей. Они так же внесли свою неоднозначную лепту в законотворческий процесс. Почерк наших отраслевых лоббистов легко проследить по ряду абсурдных норм и ограничений закона, не обоснованных экономически и не обеспеченных реальными возможностями по их практической реализации. Так, кроме упоминавшейся 30%-й квоты на учтенные запасы, в п.2 ст.7 ФЗ зафиксировано обязательство инвестора по размещению заказов на изготовление оборудования, технических средств и материалов, необходимых для геологического изучения, добычи и первичной переработки полезных ископаемых, в объеме не менее чем 70% общей стоимости таких заказов между российскими юридическими лицами или иностранными юридическими лицами, осуществляющими соответствующую деятельность и зарегистрированными в качестве налогоплательщиков на территории Российской Федерации.

Это требование о 70%-й квоте российских подрядчиков появилось под давлением отраслевых лоббистов лишь в редакции закона от 1999 г. В действующих соглашениях оно, естественно, не выполняется по целому ряду причин. Во-первых, на момент заключения первых трех СРП ("Сахалин-1", "Сахалин-2" и СРП Харьяга) ФЗ "О соглашениях о разделе продукции" еще не вступил в силу и тем более не была введена эта норма, поэтому условия, прописанные в этих соглашениях, отличаются от требований закона.

Во-вторых, совершенно очевидно, что при разработке сложных месторождений, требующих применения высокотехнологичного оборудо-

вания, обеспечить 70%-ю норму привлечения отечественных производителей сегодня объективно невозможно. При проведении операторами СРП конкурсов на контракты и заказы по проектам одновременно учитывается множество параметров, по большинству из которых отечественные компании уступают конкурентам.

В-третьих, само определение уровня привлечения российских подрядчиков к выполнению работ является нечетким, а его расчет неоднозначным. Так, российские и иностранные подрядчики используют отечественных и зарубежных субподрядчиков. Кроме того, российские подрядчики часто получают контракты через участие в совместных предприятиях. Иностранной компании вообще достаточно зарегистрировать дочернее подразделение в России, и она уже будет считаться российской, т.е. удовлетворять всем требованиям закона (в последней редакции закона предпринята попытка устранить этот недостаток). С экономической точки зрения при определении уровня участия российских компаний в выполнении подрядных работ имеет значение не стоимость контракта, а лишь доля добавленной стоимости, приходящаяся на отечественных подрядчиков и субподрядчиков. Однако практика показывает, что рассчитать долю добавленной стоимости "настоящих" отечественных производителей довольно сложно, однако очевидно, что по сравнению со стоимостью подряда она может быть ничтожна.

Наконец, непонятно, почему целью должно быть достижение доли участия в 70%, а не 60% или 80%, откуда вообще взялась эта цифра? Скорее всего, она была выбрана из политических соображений без оценки реальных возможностей отечественных производителей и учета различий условий разработки разных месторождений.

Помимо нелепых ограничений закон содержит некие избыточные положения, которые, видимо, должны были сделать его более общим и универсальным. Так, в п.1 ст.6 ФЗ предусматривается, что соглашения заключаются государством с победителем конкурса или аукциона, проводимых согласно общей системе выдачи лицензий (ФЗ "О недрах") и в сроки, согласованные сторонами. Между тем известно, что аукционная система совершенно неэффективна для проектов, которые требуют больших капитальных затрат и реализация которых сопряжена с высокими геологическими и экономическими рисками.

Подведем итоги. Специальный закон, регламентирующий СРП, действительно плох и с принятием новых поправок становится только хуже. На самом деле для успешной реализации СРП он в принципе, может быть, и не нужен. Действующие соглашения худо-бедно работают и без закона, поскольку подписывались до его вступления в силу. Да и во многих странах, где применяется режим СРП, такого специального закона нет. Соглашение о разделе продукции - это просто контракт гражданско-правового характера, заключенный между государством и инвестором. Все права и обязанности сторон прописываются в тексте контракта и регулируются международным правом. Главное, чтобы условия соглашений не противоречили действующему законодательству и интересам государства. А в существующем виде закон просто вреден, поскольку содержит невыполнимые требования и массу абсурдных ограничений.

Сам режим СРП в России действительно нужен. Однако необходим разумный и прагматичный подход к его использованию. Например, реальная необходимость СРП в шельфовых морских разработках, при адекватном понимании всех аспектов, ни у кого не вызывает сомнений. Это лишний раз подтверждается и тем, что в настоящее время самые значительные шельфовые проекты ("Сахалин-2", "Сахалин-1", "Приразломное", "Штокмановское", "Сахалин-3" и ряд месторождений Каспия) даже в свете последних изменений в законодательстве выполняются или планируются к реализации в рамках режима СРП. Данный факт многократно подтверждается и многолетней практикой применения режима СРП во всем мире.

А.В. Волошин

*Самарская государственная
экономическая академия*

ЭФФЕКТИВНАЯ ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА - ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ

Попытки улучшить положение дел в компании, повысить конкурентоспособность, обычно начинается с совершенствования ее организационной структуры, именно в этом многие менеджеры видят золотой ключик к эффективному управлению.

Организационная структура - это своего рода альтернатива штатному расписанию, структурному срезу по персоналу, хорошо знакомому старшему поколению руководителей. Сейчас штатное расписание отражает структуру компании весьма условно. Вместо этого руководитель может издать приказ или "положение об организационной структуре компании", выделив основные структурные звенья, направления их деятельности, задачи, которые они решают, права и обязанности. Смысл этого документа в том, что он является исходными для всех остальных управленческих действий.

Наиболее используемыми видами организационных структур являются линейно-функциональная и дивизиональная. У каждого из этих типов организационных структур есть свой хронический недостаток. В линейно-функциональной структуре это медленное движение информации и скорость принятия решений. В дивизиональной - несовпадение интересов "верхов" и "низов" в многоуровневой иерархии.

Определим акценты, которые необходимо расставить в организации до того, как руководство осчастливит ее той или иной структурной моделью управления. Тем более что, по мнению специалистов, организационная структура большинства российских компаний по многим параметрам не соответствует условиям современной рыночной экономики, но и общим правилам построения корпоративных структур.

Что это за правила? Они просты в теории - и именно поэтому на практике эта простота обнаруживает известное коварство. Сначала необходимо составить перечень основных функций, которые должна выполнять компания - они совпадут с основными компонентами менедж-

мента (структуры, финансы, бизнес-план, маркетинг, учет, экономика, логистика). Если функции записать в виде столбиков некоей таблицы, то в строчках этой таблицы можно писать структурные звенья компании, которые будут отвечать за реализацию этих функций. И каждый раз, вводя новое структурное звено, нужно установить связь этого звена с функциональным "столбиком" - поставить крестик. Таким образом, функции будут спроецированы на структурные звенья.

Три главных правила организационного проектирования.

Первое. Все функции, которые вы определили, должны быть за кем-то закреплены. В противном случае часть из них будет подвешена в воздухе и в этих местах всегда будет аврал.

Второе. На каждую функцию должна быть только одна служба, одно звено, иначе возникает дублирование функций, ведущее не только к непроизводительным расходам, но и к неизбежным недочетам в управлении.

Третье. Когда функции распределены по службам, и вы начали строить иерархию между ними, нужно помнить о нормативах управляемости: в управлении должно быть не более шести-семи объектов.

В чем трудность казалось бы этого простого алгоритма? Сложность - в последовательности действий. Нужно действительно расписать все функции и проследить, чтобы они были закреплены за структурными звеньями. Это легко, когда речь идет о семи функциях. Если же степень детализации увеличивается, дело становится сложнее. Но все равно эта задача решается. Тут важно соблюсти тактическую последовательность, то есть задача должна быть решена до конца. Но, кроме того, существует и стратегическая последовательность. Она связана с тем, что по мере развития организации распределение функций неизбежно меняется, и это нормально. Ненормально другое - когда эти изменения не фиксируются организационным положением. Ведь что происходит? Многие попытки внедрять регулярный менеджмент в компании начинаются с того, что расписываются организационные структуры. Но через два месяца уже не хватает воли, времени или внимания, чтобы адаптировать это решение к новым условиям. В результате возникает то, что называется "бумажной структурой". То есть на стенке висит некий листочек, на котором распределены функции, но это распределение не соответствует реальности. Проблема заключается в отсутствии регламента. Когда нет готового решения (скажем, в виде четкого распределения функций) и его приходится изобретать по ходу дела, даже если результаты получаются приемлемые, все равно увеличиваются затраты, теряется темп. Но самое главное, такой способ решения - интуитивно - импровизационный - действует только при определенном масштабе бизнеса. С ростом его масштаба ресурсов компании может не хватить для закрытия всех возникающих авральных зон.

Таким образом, главными итогами рассматриваемого этапа преобразований компании должны стать:

- "положение об организационной структуре компании", в котором будут прописаны основные направления деятельности (продукты и услуги), функции обеспечения (бизнес функции), функции менеджмента, перечень структурных звеньев, закрепление функций за структурными звеньями, структурные схемы;

- и регламент ведения и использования организационного мониторинга, в котором должны быть определены алгоритм мониторинга организационной структуры, конкретный исполнитель и частота проведения этих мероприятий.

Все это необходимо для постановки эффективного менеджмента - важной составляющей конкурентоспособности компании.

**В.Д. Герасимова, Б.П. Чупрынов,
И.Е. Горшкова**

*Самарская государственная
экономическая академия*

НЕКОТОРЫЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ОПТИМАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Современный хозяйственный механизм России претерпевает большие изменения. Привычные за много лет экономические понятия и показатели приобретают другой смысл, теряют свое значение.

Рыночные отношения сопровождаются жесткой конкуренцией. Выживают наиболее приспособленные, гибкие коллективы, знающие, как правило, и нестандартные условия рынка и конкретную обстановку на предприятии.

Рыночная экономика резко изменила характер деятельности экономических служб промышленных предприятий. В условиях плановой экономики экономические службы предприятий составляли все виды планов (текущие и перспективные), имея от вышестоящей организации (министерство, ведомство, главк) жесткие, директивные контрольные показатели.

Рыночная экономика диктует другие условия. Директивные контрольные цифры отсутствуют. Предприятие само определяет, какие изделия производить, по какой цене их продавать, при какой себестоимости, чтобы иметь определенную прибыль и находиться в устойчивом финансовом состоянии. Сейчас производство и рынок неразделимы. Не зная рынка, нельзя выпускать продукцию. Не зная своих затрат, нельзя решать вопрос о выпуске определенных изделий, нужных рынку.

Рыночная экономика, при отсутствии централизованного планирования, предъявляет более жесткие требования к качеству и надежности планирования внутри предприятия. Рыночная экономика немыслима без жесткого планирования на предприятиях. В свою очередь планирование в условиях рынка немыслимо без глубоких аналитических исследований рынка и производства. Планирование в условиях рынка немыслимо без предварительных прогнозов, составляемых на базе аналитических исследований многовариантных прогнозов. Планирование немыслимо, если управленческое звено не умеет оценить и определить лучшее из предлагаемых вариантов прогнозируемых направлений.

Отсюда, успешное функционирование предприятий, "выживание" их в неустойчивой среде нестабильного рынка во многом зависит от деятельности экономистов в их новом качестве - экономистов-аналитиков.

Экономисты промышленных предприятий в рыночных условиях должны занять ведущее место в определении эффективных направлений работы предприятий, в управлении их деятельностью.

Экономисты (и никто другой!) должны быть ведущими в разработках стратегических и текущих планов предприятия.

Именно экономисты должны воссоединять в своем "мозговом центре" отдельные направления аналитических исследований рынка и производства, составление реальных стратегических и текущих прогнозов, процесс определения оптимального прогнозируемого направления и, наконец, после утверждения на Совете директоров, контрольных цифр по выбранному прогнозу, составлять планы работы предприятия.

К сожалению, кризисные ситуации, банкротство предприятий в современных условиях нестабильного рынка - это результат действия следующих факторов:

1. Слабость квалифицированных маркетинговых исследований рынка и даже полное отсутствие этих исследований.

2. Недостаточность или полное отсутствие аналитических исследований конкретных условий производства, без чего прогнозирование производственной программы бессмысленно.

3. Отсутствие практически на всех предприятиях квалифицированных экономистов-аналитиков, способных выполнять перспективный комплексный анализ работы предприятия, составлять реальные прогнозы, разрабатывать стратегию и тактику в деятельности предприятия.

4. Отсутствие у руководителей (собственников) предприятий понятия о необходимости постоянно выполнять аналитические исследования рынка и производства и о необходимости ввести в штатное расписание специальные службы, способные выполнять квалифицированные аналитические исследования и составлять реальные, гибкие прогнозы на ближайшую и долгосрочную перспективу.

Известно, что аналитические исследования деятельности предприятий должны быть комплексными, отражающими влияние отдельных блоков показателей на конечные результаты его работы. В частности, анализ, как правило, выполняется в следующем порядке - внешний анализ потребностей рынка, внутренний анализ возможностей предприятия.

Анализ потребностей рынка - это функция маркетинговых исследований, основанных на комплексном анализе рынка и максимизации прибыли, и включает изучение спроса, цен, рекламу, работ по созданию новых видов пользующейся спросом продукции.

Анализ потенциала предприятия - это исследование его деятельности с позиций технической оснащенности, материальных ресурсов, эффективности производственной и коммерческой деятельности.

Система управления производством должна состоять из трех взаимосвязанных частей, объединенных под единым руководством в лице главного экономиста или заместителя генерального директора по экономическим вопросам.

В названную систему должны входить:

1. Экономические службы как организатор технологии анализа, прогнозирования, планирования; на них лежат функции:

- выполнения аналитических исследований;

- разработки текущих и перспективных прогнозов;
- подготовки материалов для выработки управленческих решений;
- разработки плановых показателей, системы ценообразования, стимулирования, методологии учетной политики.

2. Бухгалтерия, как непосредственный исполнитель такой важной функции управления, как учета всей фактической деятельности предприятия, от качества и точности которого во многом зависят все прогнозируемые и плановые расчеты.

3. Финансовая служба, которая ответственна за коммерческую деятельность предприятия, начиная с отгрузки продукции и до получения денег за реализованную продукцию.

Важным инструментом экономического анализа должно быть использование экономико-математических методов и моделей. Они успешно применяются при решении многих задач, например, при анализе процессов производства, составления сбалансированных планов, определении темпов и пропорций развития производства, анализе эффективности размещения производства и капитальных вложений, составлении баланса денежных доходов и расходов, регулировании запасов материальных ценностей и др.

С помощью экономико-математических методов и моделей можно учесть многочисленные реальные варианты развития производственного процесса, а применяя компьютерную технику и программные продукты, можно за короткий срок сравнить различные варианты и выбрать наилучший из них по определенному критерию. Определив оптимальную производственную программу предприятия, можно увеличить объем выпускаемой продукции на 5 - 10% только за счет рационального использования ресурсов.

На наш взгляд, предлагаемые комплексные направления, позволят существенно повысить эффективность функционирования предприятий в условиях рыночных отношений.

Д.В. Ельчанинов
*Самарская государственная
экономическая академия*

МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ БАНКРОТСТВА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Предсказание банкротства как самостоятельная проблема возникла сразу после окончания второй мировой войны. Этому способствовал рост числа банкротств в связи с резким сокращением военных заказов, неравномерность развития фирм, процветание одних и разорение других. Естественно, возникла проблема возможности априорного определения условий, ведущих фирму к банкротству. Вначале этот вопрос решался на эмпирическом уровне и, естественно, приводил к существенным ошибкам.

Известны два основных подхода к предсказанию банкротства. Первый базируется на финансовых данных и включает оперирование неко-

торыми коэффициентами (Альтмана, Таффлера). Второй исходит из данных по обанкротившимся компаниям и сравнивает их с соответствующими данными исследуемой компании. В отличие от количественных подходов к предсказанию банкротства в качестве самостоятельного можно выделить качественный подход, основанный на изучении отдельных характеристик, присущих бизнесу, развивающемуся по направлению к банкротству. Если для исследуемого предприятия характерно наличие таких характеристик, можно дать экспертное заключение о неблагоприятных тенденциях развития.

Во всем мире под банкротством принято понимать финансовый кризис, то есть неспособность фирмы выполнять свои текущие обязательства. Соответственно, различные методики предсказания банкротства, как принято называть их на практике, на самом деле, предсказывают различные виды кризисов. Именно поэтому оценки, получаемые при их использовании, нередко столь сильно различаются. Выбор конкретных методик, очевидно, должен диктоваться особенностями отрасли, в которой работает предприятие. Более того, даже сами методики могут и должны подвергаться корректировке с учетом специфики отраслей. Одной из простейших моделей прогнозирования вероятности банкротства считается двухфакторная модель. Она основывается на двух ключевых показателях от которых зависит вероятность банкротства предприятия. Эти показатели умножаются на весовые значения коэффициентов, найденные эмпирическим путем, и результаты затем складываются с некой постоянной величиной, также полученной тем же способом.

Двухфакторная модель не обеспечивает всестороннюю оценку финансового состояния предприятия и потому возможны слишком значительные отклонения прогноза от реальности. Для получения более точного прогноза зарубежная практика рекомендует принимать во внимание уровень и тенденцию изменения рентабельности реализованной продукции, так как данный показатель существенно влияет на финансовую устойчивость предприятия. Это позволяет одновременно сравнивать показатель риска банкротства и уровень рентабельности продаж продукции. Если первый показатель находится в безопасных границах, и уровень рентабельности продукции достаточно высок, то вероятность банкротства крайне незначительна.

Ориентация на какой-то один критерий, даже весьма привлекательный с позиции теории, на практике не всегда оправдана. Поэтому многие крупные аудиторские фирмы и другие компании, занимающиеся аналитическими обзором, прогнозированием и консультированием, используют для аналитических оценок системы критериев. Безусловно, в этом есть и свои минусы: гораздо легче принять решение в условиях однокритериальной, чем многокритериальной задачи. Вместе с тем, любое прогнозное решение подобного рода, независимо от числа критериев, является субъективным, а рассчитанные значения критериев несут скорее характер информации к размышлению, нежели побудительных стимулов для принятия немедленных решений. В качестве примера можно привести рекомендации, содержащие перечень критических показателей для оценки возможного банкротства предприятия. К первой

группе относятся критерии и показатели, неблагоприятные текущие значения или складывающаяся динамика изменения которых свидетельствуют о возможных в обозримом будущем значительных финансовых затруднениях. Во вторую группу входят критерии и показатели, неблагоприятные значения которых не дают основания рассматривать текущее финансовое состояние как критическое. Вместе с тем, они указывают, что при определенных условиях или непринятии действенных мер ситуация может резко ухудшиться.

Особенности формирования оборотных средств не позволяют прямо использовать критериальные уровни коэффициентов платежеспособности, применяемых в мировой практике. Поэтому создание шкалы критериальных уровней может опираться лишь на средние величины соответствующих коэффициентов, рассчитанные на основе фактических данных предприятий одной отрасли. Поскольку, с одной стороны, для предприятий разных отраслей применяются различные показатели ликвидности, а, с другой, специфика отраслей предполагает использование для каждой из них своих критериальных уровней даже по одинаковым показателям, рассчитаны критериальные значения показателей отдельно для каждой из таких отраслей.

Систематизация основных методик оценки и прогнозирования банкротства, использование которых позволяет с достаточно высокой степенью точности предсказывать наступление финансовых кризисов на предприятии, представляется перспективной, т.к. прогнозирование возможности наступления банкротства является одним из важнейших направлений обеспечения финансовой стабильности предприятия. Данные методики перспективны для оценки надежности и платежеспособности контрагентов, что особенно актуально в современных российских условиях, т.к. от них зачастую зависит финансовая устойчивость самого предприятия.

А.Е. Желудков
Самарская государственная
экономическая академия

ВЛИЯНИЕ НА ДИНАМИКУ ЭНЕРГОЕМКОСТИ УДЕЛЬНЫХ РАСХОДОВ И ЦЕН НА ЭНЕРГОРЕСУРСЫ

В настоящее время в экономической литературе отсутствует единый, обоснованный подход как к системе факторов, влияющих на динамику энергоемкости производства, так и к способам определения их влияния на этот показатель.

Признавая многофакторность формирования уровня и темпов изменения энергоемкости, следует иметь ввиду все-таки не все многообразие факторов, а лишь те, влияние которых на динамику этого показателя можно количественно измерить. Вывод о наборе факторов изменения энергоемкости для целей ее анализа и планирования, по нашему мнению, надо делать не логически, а только из формулы расчета уровня этого показателя, определенного из соотношения:

$$\mathcal{E}_e = \frac{TЭР}{Q_{ТП}}, \quad (1)$$

где \mathcal{E}_e - энергоемкость производства;
ТЭР - все виды топливно-энергетических ресурсов;
 $Q_{ТП}$ - объем товарной продукции.

Динамика энергоемкости, в соответствии с рекомендуемым подходом определяется по следующей формуле:

$$J_{\mathcal{E}_e} = \frac{\mathcal{E}_e^i}{\mathcal{E}_e^{i-1}} = \frac{TЭР^i}{Q_{ТП}^i} : \frac{TЭР^{i-1}}{Q_{ТП}^{i-1}} = Y_{TЭР}^i : Y_{TЭР}^{i-1} \\ = \frac{(Y_T + Y_{ЭЛ} + Y_{Г} + Y_{Пар} + Y_{Сж.В} + Y_{ГВС})^i}{(Y_T + Y_{ЭЛ} + Y_{Г} + Y_{Пар} + Y_{Сж.В} + Y_{ГВС})^{i-1}} \quad (2)$$

где $J_{\mathcal{E}_e}$ - индекс энергоемкости;
 $Y_{TЭР}$ - доля ТЭР в объеме товарной продукции в стоимостном выражении;
 $Y_T, Y_{ЭЛ}, Y_{Г}, Y_{Пар}, Y_{Сж.В}, Y_{ГВС}$ - доля каждого элемента ТЭР по стоимости в объеме товарной продукции, то есть структурная энергоемкость отдельных элементов топливно-энергетических ресурсов - соответственно: топливоемкость, электроемкость, газоемкость, пароемкость, воздухоемкость, теплоемкость.

Достоверность методики проверяется равенством произведения всех индексов (факторов-аргументов) общему изменению энергоемкости рассчитанному прямым способом.

То есть,

$$J_{\mathcal{E}_e \text{ всего}} = \frac{\mathcal{E}_e^i}{\mathcal{E}_e^{i-1}} = J_{Y_T} \cdot J_{Y_{ЭЛ}} \cdot J_{Y_{Г}} \cdot J_{Y_{Пар}} \cdot J_{Y_{Сж.В}} \cdot J_{Y_{ГВС}}, \quad (3)$$

Для анализа энергоемкости производства продукции недостаточно использовать формулы (2), (3), так как доля любого элемента ТЭР зависит не только от объема производства, но и от норм расхода ТЭР, а также цен и тарифов на них.

С целью вычленения влияния и этих причин (факторов-аргументов второго порядка) составляется полная модель из формулы (2). Содержание этой модели представлено в формуле (4)

$$J_{\mathcal{E}_e} = \frac{[(Y_{T_{уд}} \times Y_{Ц_T}^-) + (Y_{ЭЛ_{уд}} \times Y_{Ц_{ЭЛ}}^-) + (Y_{Г_{уд}} \times Y_{Ц_G}^-) + (Y_{Пар_{уд}} \times Y_{Ц_{Пар}}^-) + (Y_{Сж.В_{уд}} \times Y_{Ц_{Сж.В}}^-) + (Y_{ГВС_{уд}} \times Y_{Ц_{ГВС}}^-)]^i}{[(Y_{T_{уд}} \times Y_{Ц_T}^-) + (Y_{ЭЛ_{уд}} \times Y_{Ц_{ЭЛ}}^-) + (Y_{Г_{уд}} \times Y_{Ц_G}^-) + (Y_{Пар_{уд}} \times Y_{Ц_{Пар}}^-) + (Y_{Сж.В_{уд}} \times Y_{Ц_{Сж.В}}^-) + (Y_{ГВС_{уд}} \times Y_{Ц_{ГВС}}^-)]^{i-1}} = J_{T_{уд}} \times J_{Ц_T^-} \times J_{ЭЛ_{уд}} \times J_{Ц_{ЭЛ}^-} \times J_{Г_{уд}} \times J_{Ц_G^-} \times J_{Пар_{уд}} \times J_{Ц_{Пар}^-} \times J_{Сж.В_{уд}} \times J_{Ц_{Сж.В}^-} \times J_{ГВС_{уд}} \times J_{Ц_{ГВС}^-} \quad (4)$$

где $Y_{T_{уд}}, Y_{ЭЛ_{уд}}, Y_{Г_{уд}}, Y_{Пар_{уд}}, Y_{Сж.В_{уд}}, Y_{ГВС_{уд}}$ - доля в товарной продукции соответствующего элемента ТЭР в натуральном виде, которая определяется по формуле:

$$Y_{i-\text{го элемента ТЭР уд}} = \frac{i - \text{ый элемент ТЭР в натуральном выражении}}{Q_{\text{ТП НАТ (усл.нат)}}}, \quad (5)$$

$Y_{i\text{ц}}$ - соотношение средней цены i -го топливно-энергетического ресурса и

$$\text{средней цены единицы продукции} = \frac{\bar{P}_{i-\text{го ресурса}}}{\bar{P}_{\text{ед.продукции}}}, \quad (6)$$

где $\bar{P}_{\text{ед.продукции}}$ - средняя цена единицы продукции из состава товарной по всей номенклатуре определится по формуле:

$$\bar{P}_{\text{ед.}} = \frac{Q_{\text{ТП,руб.}}}{Q_{\text{НАТ}}}, \quad (7)$$

где $Q_{\text{НАТ}}$ - объем товарной продукции в условно-натуральных единицах измерения. Формула его расчета следующая:

$$Q_{\text{НАТ}} = \sum_n \frac{Q_{\text{нат.тип.}}}{Y_{\text{тип.}}} \cdot Y_{i-\text{го изделия}}, \quad (8)$$

где $Q_{\text{нат.}}$, $Q_{\text{нат.тип.}}$, $Y_{\text{тип.}}$, $Y_{i-\text{го изд.}}$ - соответственно суммарный объем товарной продукции в условно-натуральных единицах измерения; объем в реальном натуральном выражении изделия принятого за типовой представитель; доля изделия - типового представителя и доля любого другого изделия в общей трудоемкости товарной продукции;

n - количество видов продукции.

$\bar{P}_{\text{Т}}$, $\bar{P}_{\text{ЭЛ}}$, $\bar{P}_{\text{Г}}$, $\bar{P}_{\text{Пар}}$, $\bar{P}_{\text{Сж.В}}$, $\bar{P}_{\text{ГВС}}$ - средние цены, соответственно: топлива, электроэнергии, газа, пара, сжатого воздуха, горячей воды.

Расчет средних цен по каждому энергоресурсу в соответствии с рекомендуемой методикой ведется по формуле:

$$P_{\text{Т}} = \frac{\text{Стоимость } i - \text{го вида энергоресурса}}{\text{Расход } i - \text{го вида энергоресурса натуральном выражении}}, \quad (9)$$

Как видно из формулы (4) для получения общего индекса энергоёмкости необходимо перемножить все 11 индексов.

В свою очередь, произведение всех индексов цен из формулы (4) дает общее значение влияния фактора цен, то есть внешней причины по отношению к работе предприятия и, следовательно, не управляемой.

При анализе средних цен следует иметь ввиду, что в том случае, когда рост цен на ТЭР опережает рост цен на готовую продукцию происходит увеличение энергоёмкости продукции за счет этого фактора; когда темпы роста цен на ТЭР ниже темпов роста оптовых цен на товарную продукцию - энергоёмкость при прочих равных условиях, снижается.

Для вычленения из формулы (4) влияния на энергоёмкость товарной продукции удельных расходов отдельных элементов ТЭР (например, электроэнергии) используется, в соответствии с рекомендациями, следующая модель:

$$J_{\text{Эе от } \Delta Y_{\text{Э/Эуд}}} = \frac{(Y_{\text{Туд}}^{i-1} \times Y_{\text{ЦТ}}^{i-1}) + (Y_{\text{ЭЛуд}}^i \times Y_{\text{ЦЭЛ}}^i) + (Y_{\text{Гуд}}^i \times Y_{\text{ЦГ}}^i) + (Y_{\text{Паруд}}^i \times Y_{\text{ЦПар}}^i) + (Y_{\text{Сж.Вуд}}^i \times Y_{\text{ЦСж.В}}^i) + (Y_{\text{ГВСуд}}^i \times Y_{\text{ЦГВС}}^i)}{(Y_{\text{Туд}}^{i-1} \times Y_{\text{ЦТ}}^{i-1}) + (Y_{\text{ЭЛуд}}^{i-1} \times Y_{\text{ЦЭЛ}}^{i-1}) + (Y_{\text{Гуд}}^i \times Y_{\text{ЦГ}}^i) + (Y_{\text{Паруд}}^i \times Y_{\text{ЦПар}}^i) + (Y_{\text{Сж.Вуд}}^i \times Y_{\text{ЦСж.В}}^i) + (Y_{\text{ГВСуд}}^i \times Y_{\text{ЦГВС}}^i)} \quad (10)$$

Для вычленения влияния на энергоёмкость товарной продукции средних цен отдельных элементов ТЭР (например, на электроэнергию) используется следующая модель:

$$J_{\text{Эе от } \Delta Y_{\text{Э/Эуд}}} = \frac{(Y_{\text{Туд}}^{i-1} \times Y_{\text{ЦТ}}^{i-1}) + (Y_{\text{ЭЛуд}}^i \times Y_{\text{ЦЭЛ}}^i) + (Y_{\text{Гуд}}^i \times Y_{\text{ЦГ}}^i) + (Y_{\text{Паруд}}^i \times Y_{\text{ЦПар}}^i) + (Y_{\text{Сж.Вуд}}^i \times Y_{\text{ЦСж.В}}^i) + (Y_{\text{ГВСуд}}^i \times Y_{\text{ЦГВС}}^i)}{(Y_{\text{Туд}}^{i-1} \times Y_{\text{ЦТ}}^{i-1}) + (Y_{\text{ЭЛуд}}^{i-1} \times Y_{\text{ЦЭЛ}}^{i-1}) + (Y_{\text{Гуд}}^i \times Y_{\text{ЦГ}}^i) + (Y_{\text{Паруд}}^i \times Y_{\text{ЦПар}}^i) + (Y_{\text{Сж.Вуд}}^i \times Y_{\text{ЦСж.В}}^i) + (Y_{\text{ГВСуд}}^i \times Y_{\text{ЦГВС}}^i)} \quad (11)$$

Результаты расчетов по изложенной методике по трем промышленным предприятиям представлены в таблице.

Влияние на динамику энергоёмкости удельных расходов и цен на энергоресурсы

Годы	Изменение энергоёмкости за счет удельных расходов и цен по предприятиям, %					
	ОАО "СМЗ"		ООО "Маяк"		ОАО "Самарский трансформатор"	
	Удельные расходы	Цены на ТЭР	Удельные расходы	Цены на ТЭР	Удельные расходы	Цены на ТЭР
$\frac{1999}{1998}$	76,2	74,8	-	-	147,7	87,3
$\frac{2000}{1999}$	97,0	125,0	92,4	280,3	139,1	48,4
$\frac{2001}{2000}$	140,0	77,0	31,4	309,3	81,0	145,2
$\frac{2002}{2001}$	-	-	145,7	287,0	-	-

Результаты апробации предлагаемой методики позволяют увидеть отдельно влияние на общую энергоёмкость зависящих от предприятия причин - удельных расходов энергоресурсов, и не зависящих - цен и тарифов на эти ресурсы. Как видно из таблицы, влияние этих двух факторов как по рассматриваемым предприятиям, так и по годам резко отличаются.

Разграничение влияния удельных расходов и цен на общую энергоёмкость представляет интерес еще и потому, что для создания системы

стимулирования за экономию энергоресурсов важно учитывать их изменение только по зависящим от предприятия факторам, то есть удельным расходам, что и позволяет сделать данная методика.

А.Е. Желудков
Самарская государственная
экономическая академия

ОЦЕНКА ОБОСНОВАННОСТИ РАСЧЕТА РЕСУРСНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Общепринято различать два вида показателей эффективности производства. Общая эффективность производства - отношение эффекта от производства к стоимости всех ресурсов производства с капитальными вложениями. Ресурсная эффективность - отношение эффекта к конкретному виду ресурса.

Таким образом, в знаменателе этих формул разные показатели, а в числителе один - эффект, то есть прибыль.

Мы полагаем, что ресурсную эффективность так считать неправомерно. Эффект - прибыль зависит от эффективности использования всех ресурсов: трудовых, материально-сырьевых, топливно-энергетических, основных фондов. Такой подход верен, но только в том случае, когда эти ресурсы приведены в действие работниками предприятия, поскольку только живой труд является производительным и, следовательно, определяет степень эффективности производства, хотя и через использование овеществленного труда.

Исходя из такого понимания вопроса показатели фондоотдачи, энергоотдачи, материалоотдачи - необоснованны. Единственным показателем, который характеризует эффективность использования всех ресурсов производства является трудоотдача, то есть производительность труда, измеренная по чистой продукции, динамика которой определяется по формуле:

$$J_{\Pi_{\text{по чп}}} = \frac{\Pi^i}{\Pi^{i-1}} = \left(\frac{Q_{\text{вп}} \times Y_{\text{фчп}}}{\text{Ч}_{\text{ппп}}} \right)^i \times \left(\frac{\text{Ч}_{\text{ппп}}}{Q_{\text{вп}} \times Y_{\text{фчп}}} \right)^{i-1} = J_{\frac{1}{\text{Ч}_{\text{ппп}}}} \times J_{Q_{\text{вп}}} \times J_{Y_{\text{фчп}} / \text{вп}} =$$

$$= J_{\frac{1}{\text{Ч}_{\text{ппп}}}} \times J_{Q_{\text{вп}}} \times J_{(1-Y_{\text{ов.труд}})} = J_{\frac{1}{\text{Ч}_{\text{ппп}}}} \times J_{Q_{\text{вп}}} \times J_{(1-Y_{\text{мсра}} - Y_{\text{тэр}})} =$$

$$= J_{\frac{1}{\text{Ч}_{\text{ппп}}}} \times J_{Q_{\text{вп}}} \times J_{[1-Y_{\text{мсра}} - (Y_{\text{тэр на т}} \times Y_{\text{ц.ед.тэр}})]}$$

где J - индекс;

Π^i, Π^{i-1} - производительность труда соответственно данного и предыдущего периодов;

$Q_{\text{вп}}$ - объем валовой продукции;

$Y_{\text{фчп}}$ - доля фактически-чистой продукции в валовой;

$\text{Ч}_{\text{ппп}}$ - численность промышленно-производственного персонала;

$Y_{\text{ов.труд}}$ - доля овеществленного труда в валовой продукции;

$Y_{\text{мсра}}$ - доля материально-сырьевых ресурсов и амортизации в валовой продукции;

$Y_{\text{тэр}}$ - доля топливно-энергетических ресурсов в валовой продукции;

$Y_{\text{тэр на т}}$ - доля ТЭР в объеме валовой продукции в натуральном выражении;

$Y_{\frac{\text{ц.ед.тэр}}{\text{ц.ед.продукции}}} = \frac{\bar{\text{Ц}}_{\text{тэр}}}{\bar{\text{Ц}}_{\text{ед.продукции}}}$ - соотношение средней цены ТЭР и средней цены единицы продукции

Из этой же формулы видна форма и степень влияния на трудоотдачу энергетического фактора $J_{\frac{\text{п.чп}}{\text{отд.тэр}}} = J_{\text{тэр}}$

Уровень так называемой энергоотдачи, рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{Э}_{\text{отд}} = \left(\frac{Q_{\text{чп}}}{\text{ТЭР}_{\text{руб}}} \right) = \frac{Q_{\text{вп}} - \text{МСРА} - \text{ТЭР}}{\text{ТЭР}} \quad (2)$$

где $Q_{\text{чп}}$ - чистой продукции;

$\text{ТЭР}_{\text{руб}}$ - топливно-энергетические ресурсы в стоимостном выражении;

МСРА - материально-сырьевые ресурсы в стоимостном выражении и амортизация.

Из формулы видно абсурдное признание такого показателя за один из показателей ресурсной эффективности, так как объем энергоресурсов в расчетах присутствует и в числителе и в знаменателе.

Разложение уровня чистой продукции - общего эффекта от использования всех ресурсов предприятия можно видеть из формулы (3):

$$Q_{\text{чп}} = Q_{\text{вп руб}} - (\text{МСРА} + \text{ТЭР} + \text{Пр.}) \quad (3)$$

где Пр. - прочие статьи себестоимости (кроме фонда оплаты труда).

Из формулы видно, что объем чистой продукции - общий эффект от производства зависит от расхода всех ресурсов: материально-сырьевых, топливно-энергетических. Следовательно, если и считать какую-либо ресурсную эффективность производства (кроме трудоотдачи), то обоснованно брать в расчет только ту часть чистой продукции, которая как бы получена от использования только данного ресурса, что на наш взгляд не целесообразно.

Общепринято считать, что степень использования энергоресурсов, характеризуется в основном двумя показателями: энергоемкостью и энергоотдачей. В связи с этим возникают вопросы о выборе одного из них для стимулирования более эффективного использования энергоресурсов. С нашей точки зрения, для этой цели наиболее подходит энергоемкость производства, которая рассчитывается по формуле:

$$\text{Э}_e = \frac{\text{ТЭР}}{Q_{\text{тп}}}, \quad (4)$$

где Э_e - энергоемкость производства.

Этот выбор мы обосновываем тем, что, во-первых, именно снижение расхода энергии на рубль объема производства продукции наиболее понятно для коллектива, который следует стимулировать для более рационального использования энергоресурсов. Во-вторых, при расчете энергоотдачи, как было сказано выше, числитель дроби зависит от влияния всех ресурсов, а не только топливно-энергетических.

А.В. Золотарев
*Волгоградский государственный
технический университет*

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ: РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ ИЛИ НОВОМОДНОЕ ЗАБЛУЖДЕНИЕ

Тематика информационного обеспечения деятельности организации становится не только актуальной проблемой для российской экономики, но и модным и красивым словосочетанием. Большинство статей рассматривают информационное обеспечение в качестве некоей панацеи, способной зачастую кардинально улучшить положение той или иной организации, при этом в таких статьях информационное обеспечение рассматривается не в контексте происходящих в организации процессов, а отдельно, обособленно от них. Становится не ясно, почему организация должна тратить свои силы и возможности на информационное обеспечение, а не на решение более насущных проблем. Утверждается что без должного информационного обеспечения фирма проиграет в конкурентной борьбе и перестанет существовать на рынке. В долгосрочной перспективе данный тезис никто не оспаривает, проблема состоит несколько в другой плоскости - оправдывают ли затраты, понесенные организацией на осуществление информационного обеспечения (покупка оргтехники, программного обеспечения, обучения персонала) тем выгодам и положительным эффектам, которые эти затраты должны были принести.

Прежде всего необходимо провести оценку идеи и ее перспектив. Именно здесь возникает большинство ошибок и просчетов, приводящих впоследствии к глубоким разочарованиям, неизбежной потере времени и денег

Для этого необходимо оценить характер производства на рынке, на котором действует компания. Предлагается разбить производства, соответствия с историческим принципом на части: массовое, ориентированного на некий тип усредненного покупателя и производство специализирующееся на удовлетворении потребностей в одинаковых по функциональной характеристике товаров, но разных с точки зрения их свойств для разных групп потребителей.

Если же деятельность связана именно со вторым типом производства, то здесь несомненную пользу оказывают информационное обеспечение. Именно с помощью современных информационных технологий возможно для предприятий увязывать персональные покупательские

предпочтения с системой производства и планирования. Информационные технологии обеспечивают доступ производителей к максимальной аудитории потребителей со всеми их разнообразными предпочтениями, а с другой - дал клиентам возможность с помощью электронных интерфейсов самим вводить свои заказы в отлаженную систему управления производством

Такое положение дел характерно в основном для западных компаний. Рассмотрим в чем же состоит фундаментальное отличие российской действительности, которое не позволяет нам рассматривать информационные технологии и информационное обеспечение организации в качестве доминирующего факта при конкурентной борьбе.

В технологической области эта проблема в основном нашла свое решение в системе управления ресурсами предприятия (Enterprise Resource Planning, ERP), которая стала основой инфраструктуры электронного бизнеса. Классическая ERP-система включает в себя управление закупками, производством, сбытом, складскими запасами, трудовыми ресурсами. При этом финансовый модуль, а им то и зачастую ограничивается автоматизация отечественных предприятий, представляет собой лишь одну из самых простых частей системы. ERP-система позволяет автоматически планировать загрузку производственных линий современных предприятий (т. е. именно тех, которым удалось добиться эффективного внедрения электронных бизнес-решений) на основе показателей (объемы товарных партий, их номенклатура и сроки поставки), сформированных в результате обработки введенных покупателями заказов.

Западные компании воспринимают электронный бизнес с энтузиазмом именно потому, что, интегрируя автоматизированные технологии, они шаг за шагом снижают трудоемкость процедур во внутренних бизнес-процессах. И именно потому концепция информационного обеспечения на Западе ограничивается в основном разработкой и внедрением Интернет-модулей в уже имеющиеся системы.

В российской же действительности предприятия применяют информационные технологии не заботясь о внутренней эффективности, что приводит к росту издержек, а не снижению затрат, как планировалось. Понятно, что внедрение ERP-системы представляет собой весьма значительное явление именно потому, что влечет за собой фундаментальное переустройство бизнес-процессов внутри компании. Как только это сделано, можно думать о перестройке процессов взаимодействия с поставщиками и заказчиками. Бизнес никогда не будет успешным, если у руководителей компании нет четкого понимания того, что ценит их клиент и, главное, за что он готов платить (между первым и вторым иногда пролегал целая пропасть).

Таким образом, принятию решения о внедрении новых информационных технологий должен предшествовать анализ текущего состояния организации, ее целей и задач. В российских условиях основные усилия необходимо направлять на улучшение внутренних механизмов организации, а не на использование информационных технологий для решения проблем, находящихся для организации во внешней среде.

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Реструктуризация организации производства на промышленном предприятии может быть осуществлена посредством внедрения на предприятии реальной системы хозяйственного расчета. Данный путь предполагает повышение эффективности стимулирования хозяйственных систем предприятия с учетом стоимостных критериев (оптовые цены, прибыль, кредит, доходы, ресурсы), материального и нематериального поощрения работников, придания подразделениям большей самостоятельности в текущей деятельности, обеспечения открытости производственной и управленческой систем.

Программа реструктуризации организации производства должна включать в себя рекомендации применения конкретных экономических механизмов для каждого структурного подразделения или функционально однородных групп этих подразделений. При этом с учетом специфики каждого из них желательна разработка многовариантной схемы, включающей следующие направления их реструктуризации:

- арендный подряд;
- свободная аренда (преобразование в самостоятельное юридическое лицо);
- коллективный подряд;
- центр финансовой ответственности.

При арендном подряде внутри предприятия заключается договор, по которому коллектив арендаторов-подрядчиков обязуется произвести на арендованных за плату средствах производства и передать предприятию по внутрихозяйственным ценам и тарифам определенное количество продукции. Продукцией, произведенной сверх этого объема, арендный коллектив вправе распоряжаться самостоятельно.

Внутризаводские расчетные цены распределяют действующую цену изделия предприятия между цехами, участвующими в его изготовлении. Расчетная плановая цеховая цена равна сумме цеховой нормативной себестоимости изделия и разницы между оптовой заводской ценой на изделие и его цеховой себестоимостью, распределенной на издержки пропорционально их нормативной плановой себестоимости.

Для нужд бизнес-единиц открываются лицевые счета. Работники поощряются в зависимости от эффективности работы (потребление ресурсов, производительность труда, качество продукции). В результате при достижении баланса между централизацией и децентрализацией фондов стимулирования денежные потоки внутри предприятия оптимизируются, а эффективность деятельности повышается.

В случае свободной аренды арендатор самостоятельно определяет способ использования производственных фондов, решает все организационные вопросы. Он становится собственником произведенной продукции, самостоятельно выходит на рынок. Роль основного предпри-

ятия - арендодателя сводится к контролю за сохранностью получения арендных платежей. Арендатору обеспечивается защита его права на имущество, полученное им по договору аренды, наравне с защитой, установленной гражданским в отношении прав собственности.

Коллективный подряд основан на безвозмездном использовании основных средств заказчика (предприятия). Работники распоряжаются только ограниченным фондом оплаты труда и суммой сэкономленных материальных затрат. Выбор технологии и организации труда зависит от руководства предприятия.

Реорганизация подразделений при создании центров финансовой ответственности проходит в несколько этапов:

- переход предприятия на арендные отношения со своими подразделениями;
- установление трансфертных цен при ежемесячном согласовании между экономической службой предприятия и центрами финансовой ответственности;
- открытие подразделениям внутренних лицевых счетов. На этом этапе обеспечение выполнения обязательств может производиться реализацией процедур внутреннего арбитража или с помощью перекредитования.

- открытие центрами финансовой ответственности субсчетов в банках. С этого момента центры финансовой ответственности обязаны перечислять часть средств на расчетный счет предприятия в счет погашения налоговых и других обязательных платежей;

- анализ деятельности центров финансовой ответственности.

Организация центров финансовой ответственности целесообразно осуществлять на базе цехов основного производства предприятия. В этом случае оправдано создание системы цеховой ответственности с приданием цехам самостоятельности в текущей деятельности. В центры финансовой ответственности целесообразно реорганизовывать и обслуживающие производства, обладающие ограниченными возможностями по действию на "внешнем" рынке.

М.Г. Илларионов
*Татарско-американский
региональный институт
г. Казань*

ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ПЕРЕВООРУЖЕНИЯ ЭНЕРГОСИСТЕМЫ

Одним из высокоэффективных подходов, хорошо зарекомендовавшим себя в практике хозяйствования, является программно-целевой метод, ориентированный на достижение четко определенной, достаточно важной цели развития того или иного предприятия.

При разработке программы технического перевооружения и реконструкции энергосистемы автор выделяет следующие этапы: анализ

уровня организационно-технического и социально-экономического развития и определение генеральной цели и задач программы; формирование комплекса подцелей, построение дерева целей программы, разработка программных мероприятий, необходимых для реализации достижения подцелей, определение периода и объема ресурсов, требуемых для проведения данных мероприятий; определение приоритетности подцелей в зависимости от возможного вклада в достижение главной цели, ранжирование подцелей в соответствии с выбранным критерием приоритетности, распределение ресурсов, требуемых для реализации программных мероприятий; разработка программы технического перевооружения, построение альтернативных сценариев ее реализации, выбор и детальная проработка приемлемого сценария с учетом существующих ограничений.

Определение цели программы технического перевооружения и реконструкции необходимо для четкого представления о том, какой уровень научно-технического развития требуется для эффективного функционирования производства в условиях переходного периода. При этом необходимо отметить, что порядок установления цели должен отвечать определенным условиям, чтобы разработанная на ее основе программа была действительно эффективным инструментом в деятельности предприятия.

По мнению автора, цель должна быть по возможности достижимой, чтобы повысить эффективность работы предприятия. На реальность достижения цели могут влиять следующие основные факторы: объем требуемых материальных, трудовых финансовых и иных ресурсов; недостаточная мотивация деятельности руководителей, работников и специалистов коллектива; сопротивление предполагаемым нововведениям со стороны существующей технологической системы, организации и персонала; несовершенство организационной структуры управления предприятием, недостаточный опыт работы в выбранном направлении, недостаток гибкости предприятия; другие факторы, влияющие на деятельность энергетического предприятия.

Применительно к программе технического перевооружения энергосистемы следует отметить, что ее реализация обеспечивает как экономические результаты (высокая эффективность использования труда, основных производственных фондов, капитальных вложений и материальных затрат), так и решение многих социальных задач, таких как повышение безопасности труда, улучшение экологической обстановки, рациональное природопользование.

В связи с этим цель программы технического перевооружения энергосистемы можно сформулировать следующим образом: достижение качественно нового технического уровня производства к t -му году для повышения эффективности деятельности предприятия, повышения конкурентоспособности продукции, снижении негативного влияния на экологическую обстановку и повышение качества жизнедеятельности людей. Достижение качественной цели достигается количественными критериями такими как: снижение энергоемкости производства, роста доходов энергосистемы, снижение процента изношенного оборудования, повышение фондоемкости.

Для достижения цели программы технического перевооружения, по мнению автора, необходимо решение следующих задач: повышение производительности труда; снижение удельного потребления материальных и топливно-энергетических ресурсов; сокращение применения ручного труда и уменьшение численности рабочих, занятых тяжелым физическим трудом; повышение фондоотдачи используемого оборудования, зданий, машин.

Формирование комплекса подцелей программы необходимо проводить на основе декомпозиции цели и установления подчиненных ей подцелей. Разработка комплекса подцелей программы технического перевооружения необходима для разбиения главной цели на более простые по своему содержанию и составу, реализация которых обеспечивает ее достижение. С этой точки зрения, в качестве подцелей программы технического перевооружения могут выступать следующие направления: реконструкция действующих цехов и оборудования; внедрение прогрессивной технологии, технологических процессов, позволяющих снизить потребление материальных ресурсов; механизация и автоматизация производства, создание и внедрение переналаживаемых комплексов в системе машин; прочие направления. В свою очередь, каждая из подцелей программы технического перевооружения может содержать в себе несколько подцелей более низкого уровня.

Кроме того, комплекс подцелей программы технического перевооружения может содержать в себе также функциональные подцели.

На нижнем уровне реализация подцелей программы технического перевооружения представляет собой проведение отдельных программных мероприятий, предложенных к выполнению в рамках программы. Проводится количественная характеристика данных мероприятий, определяются экономическая целесообразность и требуемые для выполнения мероприятия затраты ресурсов. Следует отметить, что чем более подробно формулируют подцели программы, тем более полно учитывают особенности каждого из программных мероприятий, что в дальнейшем благоприятно отразится на эффективности реализации программы технического перевооружения.

И.П. Кашицина

Московский экономико-финансовый институт (филиал)

Н.Н. Курсов

ООО "Самарский Ламинат"

РЫНОЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Стратегия управления оборотным капиталом направлена на обеспечение платежеспособности предприятия, эффективности его функционирования и базируется на определении оптимального объема и структуры оборотных средств, что связано с решением задачи выбора оптимальной структуры источников финансирования оборотных средств.

Эффективность работы предприятия зависит не только от нормы рентабельности, но и от скорости оборота - от того, насколько быстро предприятие продает то, что производит или закупает: при одинаковых показателях рентабельности прибыльнее будет работать то предприятие, которому удастся продать продукцию (работы, услуги) быстрее. При этом особое значение в системе управления оборачиваемостью капитала в условиях жесткого конкурентного рынка имеет использование рыночного потенциала предприятия, выраженное в снабженческо-сбытовой политике.

Снабженческо - сбытовая политика предприятия определяется как неотъемлемая часть органически единого комплекса деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей покупателя продукции предприятия. Подчиненное таким целям производство, его снабжение материально - техническими ресурсами и сбыт продукции являются составными частями единой маркетинговой политики предприятия.

Проведение снабженческо - сбытовой политики опирается прежде всего на определение ее целей на данном предприятии, адекватных показателей эффективности и выбранной стратегии деятельности предприятия. Для достижения этих целей вырабатываются и применяются специфические средства прогнозирования, планирования, координации, регулирования, контроля, учета и анализа работы по снабжению и сбыту.

Одной из задач управления деятельностью предприятия является осуществление мероприятий по повышению эффективности использования рыночного потенциала предприятия, культуры управления маркетингом, обучению работников предприятия методам анализа и прогноза рыночной конъюнктуры, по совершенствованию и освоению эффективного использования инфраструктуры товарных рынков, а также по привлечению для этих целей современных организационно - технических средств.

Приобретение (снабжение) является вопросом выбора (по цене, качеству, условиям оплаты и доставки, по другим факторам) нужного товара, предлагаемого во многих случаях достаточно широким кругом продавцов. Продажа (сбыт) производимой предприятием продукции происходит в условиях жесткой конкуренции продавцов, и для достижения успеха от предприятия требуется преодоление многих проблем, связанных со сбытом своей продукции, решение которых зависит от выбора секторов и сегментов рынка, ассортимента производимой продукции, выбора регионов продаж, а также эффективности организации и технологии производства.

Эффективная снабженческо - сбытовая политика проводится на основе маркетинга. Цель маркетинга - изучение потребностей рынка в целях максимального удовлетворения потребностей потребителей и обеспечение условий получения наибольшей прибыли предприятия от сбыта произведенной им продукции.

Результаты анализа деятельности предприятия определяют резервы повышения эффективности использования рыночного потенциала предприятия: возможности привлечения новых заказчиков, увеличения объемов реализуемой продукции и оказываемых услуг, расширения сфер

деятельности предприятия по закупкам, реализации продукции и предоставлению сервисных услуг.

При анализе состояния предпринимательской деятельности предприятия необходимо учитывать положение предприятия на товарном рынке, конъюнктуру рынка, выявлять новые каналы закупки продукции и наиболее эффективные формы товародвижения.

В числе важнейших направлений снабженческо-сбытовой политики предприятия является избавление его от угрозы полной зависимости от покупателя, полной зависимости от поставщика, зависимости от банка.

Чтобы не допустить полной зависимости снабженческо-бытовой политики предприятия от покупателя, рекомендуется избегать появления эксклюзивных трейдеров, строго контролировать поведение дилеров продукции, их цены и условия оплаты продукции, максимально развивать прямые поставки конечным потребителям.

В связи с этим рекомендуется иметь несколько поставщиков по всем типам сырья, материалов и комплектующих изделий, а также знать линии снабжения поставщиков и, при возможности, кооперироваться с организациями, поставляющими основные (ключевые) ресурсы для поставщиков. При наличии у предприятия достаточных средств рекомендуется использовать условия "давальческого сырья" для поставщиков, а при хороших перспективах расширения сбыта продукции - рассматривать вопрос о приобретении предприятием значительной доли в капитале поставщиков, дающей возможность влиять на политику поставщика. При этом необходимо использовать сочетание минимальных бартерных сделок, безналичных переводов и сделок за наличный расчет, что позволяет добиться гибкости снабжения.

Таким образом, необходимо исследование принципов и формирование системы резервов по эффективному использованию рыночного потенциала в сфере снабженческо-сбытовой политики, что позволит ускорить оборачиваемость капитала, высвободить часть оборотных средств и направить их на эффективное использование, повысить финансовую устойчивость предприятия и укрепить на рынке собственные конкурентные преимущества.

Т.И. Комарова, А.Ф. Крюков
Красноярский государственный университет

КОЭФФИЦИЕНТНЫЙ МЕТОД ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРУКТУРНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Экономика России с 2002 года имеет рыночный характер развития. В таком случае российские промышленные предприятия особенно экспортно ориентированные находятся в рыночных условиях воздействия спроса и предложения. Изменения структуры спроса на мировых рынках существенным образом влияют на процессы дифференциации и интеграции в них. Появление множества конкурирующих покупателей на рынке дифференцирует структуру предприятия, адаптируя ее для удов-

летворения изменившихся потребностей покупателей, заказывающих в производстве большое количество мелких партий продукции.

Для оценки эффективности структурной дифференциации предприятия предлагается использовать коэффициентный метод.

По данному методу рассчитываем изменения эффективности структурной дифференциации предприятия по следующим критериям:

P - выработка на одного работника за отчетный период, которая выявляет результат расширения полномочий и наделения ответственностью работников дифференцированных организаций;

f - фондоотдача основных производственных фондов за отчетный период, которая обуславливает рост экономического использования производственного аппарата за счет дифференциации структурных единиц;

ξ - доля рынка производимой продукции в отчетный период, которая показывает адаптационные возможности дифференцированных структур центров прибыли к требованиям рынка;

η - цена реализации единицы продукции в отчетный период как показатель качества продукции центров прибыли;

θ - общий объем реализации в отчетный период, который определяет фазу жизненного цикла центров прибыли и конкурентность его продукции;

Q - загрузка оборудования для производства продукции в отчетный период, выявляющая качество производственного потенциала и технологии под требования спроса на продукцию;

α - доходность за отчетный период, задающая ценность на рынке единицы продукции;

ρ - рентабельность продаж за отчетный период, которая определяет инвестиционные возможности и привлекательность центра прибыли для инвесторов.

Для построения расчетов введем условные обозначения:

β - эффективность дифференциации структурных единиц предприятия;

i - номер товара (изменяющийся от 1 до s);

$(j-1), j, (j+1)$ - отчетные периоды;

m - номер организация (с изменением от 1 до r);

$K_{\beta 1}, K_{\beta 2}, K_{\beta 3}$ - коэффициенты эффективности дифференциации структурных единиц m -организации, производящей i -товар в $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды;

$V_{i(j-1)m}, V_{ijm}, V_{i(j+1)m}$ - выручка от реализации i -товара в $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$N_{i(j-1)m}, N_{ijm}, N_{i(j+1)m}$ - численность персонала, занятого в производстве i -товара в $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$\Phi_{i(j-1)m}, \Phi_{ijm}, \Phi_{i(j+1)m}$ - основные производственные фонды, используемые при производстве i -товара в $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$R_{i(j-1)m}, R_{ijm}, R_{i(j+1)m}$ - прибыль от реализации i -товара в $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$P_{i(j-1)m}, P_{ijm}, P_{i(j+1)m}$ - выработка на одного работника при производстве i -товара за $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$f_{i(j-1)m}, f_{ijm}, f_{i(j+1)m}$ - фондоотдача от основных производственных фондов при производстве i -товара за $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$\xi_{i(j-1)m}, \xi_{ijm}, \xi_{i(j+1)m}$ - доля рынка i -товара в $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды в m -организации;

$\eta_{i(j-1)m}, \eta_{ijm}, \eta_{i(j+1)m}$ - цена реализации i -товара в $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$\theta_{i(j-1)m}, \theta_{ijm}, \theta_{i(j+1)m}$ - объем реализации в натуральных единицах i -товара в $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$Q_{i(j-1)m}, Q_{ijm}, Q_{i(j+1)m}$ - загрузка оборудования для производства i -товара в $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$\alpha_{i(j-1)m}, \alpha_{ijm}, \alpha_{i(j+1)m}$ - доходность от реализации i -товара в $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$\rho_{i(j-1)m}, \rho_{ijm}, \rho_{i(j+1)m}$ - рентабельность продаж i -товара в $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$K_{ijm1}, K_{i(j+1)m1}$ - коэффициенты изменения выработки на одного работника при производстве i -товара в $j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$K_{ijm2}, K_{i(j+1)m2}$ - коэффициенты изменения фондоотдачи от основных производственных фондов при производстве i -товара в $j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$K_{ijm3}, K_{i(j+1)m3}$ - коэффициенты изменения доли рынка i -товара в $j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$K_{ijm4}, K_{i(j+1)m4}$ - коэффициенты изменения цены реализации i -товара в $j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$K_{ijm5}, K_{i(j+1)m5}$ - коэффициенты изменения объема реализации i -товара в $j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$K_{ijm6}, K_{i(j+1)m6}$ - коэффициенты изменения загрузки оборудования для производства i -товара в $j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$K_{ijm7}, K_{i(j+1)m7}$ - коэффициенты изменения доходности от реализации i -товара в $j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией;

$K_{ijm8}, K_{i(j+1)m8}$ - коэффициенты изменения рентабельности продаж i -товара в $j, (j+1)$ отчетные периоды m -организацией.

Разработанные алгоритмы и формулы для расчета указанных выше критериев, а также коэффициентов их изменений представлены в таблице.

По представленным в таблице 1. показателям рассчитаем коэффициенты эффективности дифференциации структурных единиц m -организации, производящей i -товар в $(j-1), j, (j+1)$ отчетные периоды (выражение 1):

$$K_{\beta 1} = \prod_{k=1}^8 K_{i(j-1)mk} ; K_{\beta 2} = \prod_{k=1}^8 K_{ijmk} ; K_{\beta 3} = \prod_{k=1}^8 K_{i(j+1)mk} . \quad (1)$$

Тогда предлагаемая эффективность структурной дифференциации предприятия β будет определена следующим образом (уравнение 2):

$$\beta = \frac{\prod_{k=1}^8 K_{i(j+1)mk} - \prod_{k=1}^8 K_{ijmk}}{\prod_{k=1}^8 K_{ijmk}} , \quad (2)$$

Расчет коэффициентов изменения эффективности дифференциации структурных единиц предприятия по критериям

Отчетный период показатель	j-1	j	j+1
1	2	3	4
K_{ijm1}		$\frac{P_{ijm} - P_{i(j-1)m}}{P_{i(j-1)m}}$	
$K_{i(j+1)m1}$			$\frac{P_{i(j+1)m} - P_{ijm}}{P_{ijm}}$
P_{im}	$\frac{V_{i(j-1)m}}{N_{i(j-1)m}}$	$\frac{V_{ijm}}{N_{ijm}}$	$\frac{V_{i(j+1)m}}{N_{i(j+1)m}}$
K_{ijm2}		$\frac{f_{ijm} - f_{i(j-1)m}}{f_{i(j-1)m}}$	
$K_{i(j+1)m2}$			$\frac{f_{i(j+1)m} - f_{ijm}}{f_{ijm}}$
f_{im}	$\frac{V_{i(j-1)m}}{\Phi_{i(j-1)m}}$	$\frac{V_{ijm}}{\Phi_{ijm}}$	$\frac{V_{i(j+1)m}}{\Phi_{i(j+1)m}}$
K_{ijm3}		$\frac{\xi_{ijm} - \xi_{i(j-1)m}}{\xi_{i(j-1)m}}$	
$K_{i(j+1)m3}$			$\frac{\xi_{i(j+1)m} - \xi_{ijm}}{\xi_{ijm}}$
ξ_{im}	$\frac{V_{i(j-1)m}}{\sum_{m=1}^r V_{i(j-1)m}}$	$\frac{V_{ijm}}{\sum_{m=1}^r V_{ijm}}$	$\frac{V_{i(j+1)m}}{\sum_{m=1}^r V_{i(j+1)m}}$
K_{ijm4}		$\frac{\eta_{ijm} - \eta_{i(j-1)m}}{\eta_{i(j-1)m}}$	
$K_{i(j+1)m4}$			$\frac{\eta_{i(j+1)m} - \eta_{ijm}}{\eta_{ijm}}$
K_{ijm5}		$\frac{\theta_{ijm} - \theta_{i(j-1)m}}{\theta_{i(j-1)m}}$	
$K_{i(j+1)m5}$			$\frac{\theta_{i(j+1)m} - \theta_{ijm}}{\theta_{ijm}}$

Окончание таблицы

1	2	3	4
K_{ijm6}		$\frac{Q_{ijm} - Q_{i(j-1)m}}{Q_{i(j-1)m}}$	
$K_{i(j+1)m6}$			$\frac{Q_{i(j+1)m} - Q_{ijm}}{Q_{ijm}}$
Q_{im}	$\frac{V_{i(j-1)m}}{\eta_{i(j-1)m}}$	$\frac{V_{ijm}}{\eta_{ijm}}$	$\frac{V_{i(j+1)m}}{\eta_{i(j+1)m}}$
K_{ijm7}		$\frac{\alpha_{ijm} - \alpha_{i(j-1)m}}{\alpha_{i(j-1)m}}$	
$K_{i(j+1)m7}$			$\frac{\alpha_{i(j+1)m} - \alpha_{ijm}}{\alpha_{ijm}}$
α_{im}	$\frac{V_{i(j-1)m}}{\sum_{i=1}^s Q_{i(j-1)m}}$	$\frac{V_{ijm}}{\sum_{i=1}^s Q_{ijm}}$	$\frac{V_{i(j+1)m}}{\sum_{i=1}^s Q_{i(j+1)m}}$
K_{ijm8}		$\frac{\rho_{ijm} - \rho_{i(j-1)m}}{\rho_{i(j-1)m}}$	
$K_{i(j+1)m8}$			$\frac{\rho_{i(j+1)m} - \rho_{ijm}}{\rho_{ijm}}$
ρ_{im}	$\frac{R_{i(j-1)m}}{V_{i(j-1)m}}$	$\frac{R_{ijm}}{V_{ijm}}$	$\frac{R_{i(j+1)m}}{V_{i(j+1)m}}$

Выполнив математические преобразования уравнения 2, получим выражение для расчета эффективности структурной дифференциации промышленного предприятия:

$$\beta = \frac{\prod_{k=1}^8 K_{i(j+1)mk}}{\prod_{k=1}^8 K_{ijmk}} - 1 = \prod_{k=1}^8 \frac{K_{i(j+1)mk}}{K_{ijmk}} - 1 = \frac{K_{i(j+1)m1}}{K_{ijm1}} * \frac{K_{i(j+1)m2}}{K_{ijm2}} * \dots * \frac{K_{i(j+1)m8}}{K_{ijm8}} - 1.$$

ОПТИМИЗАЦИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ КАК ЭЛЕМЕНТ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Антикризисное управление - совокупность форм и методов реализации антикризисных процедур применительно к конкретному предприятию. Иначе говоря, это система, имеющая четыре ярко выраженных элемента: прогнозирование кризиса (банкротства); профилактика кризиса (банкротства); непосредственно кризис; вывод предприятия из кризиса. При этом одним из главных мероприятий антикризисного управления является *оптимизация себестоимости*. При этом *последняя* предполагает проведение действий по трем аспектам, расположенным ниже в порядке приоритетности:

- нахождение оптимальной структуры затрат продукции предприятия;
- правильный учет затрат, входящих в себестоимость;
- реализация мероприятий по снижению себестоимости продукции.

■ Подобное ранжирование аспектов по ценностной значимости не случайно. Для стабильного функционирования предприятия наибольшее значение имеет именно *оптимизация структуры себестоимости* как основа устойчивого *антикризисного* положения предприятия в постоянно изменяющихся условиях внешней среды. Для каждого типа предприятия эта структура своя, и ее поиск - вот главная цель каждого руководителя, усилия по реализации которой окупятся сполна, приведя бизнес в оптимальное состояние. "Существует формула успеха салона красоты - это правильная структура издержек, - говорит Владимир Ермолаев, аналитик МГБ. - Например, доля затрат на персонал должна составлять двадцать пять - тридцать процентов выручки, а не сорок - пятьдесят процентов как это бывает в подавляющем большинстве московских салонов. Доля затрат на косметику не должна превышать десяти процентов. Если она составляет пятнадцать - двадцать процентов, то это уже тревожный сигнал. Или, например, на одно рабочее место должно приходиться не более тринадцати - пятнадцати квадратных метров арендованных площадей" [3]. При условии проведения периодического мониторинга нахождение *краткосрочной* оптимальной структуры затрат на предприятии уже само по себе может стать своеобразной панацеей от всех кризисных бед.

■ Постановлением Правительства России от 5 августа 1992 г. № 552 было утверждено Положение о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции, и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли (на сегодняшний день действует ряд поправок, дополнений и изменений к этому Положению). Задача руководителя - обеспечить квалифицированное определение статей расходов, включение которых в себестоимость уменьшает налогооблагаемую прибыль. Себестоимость также можно скорректировать, грамотно

используя порядок отнесения на себестоимость продукции износа основных средств и МБП.

Таким образом, достоинство второго аспекта состоит в том, что, не производя особых действий, лишь слегка скорректировав отчетность, можно добиться снижения себестоимости (за счет завышения отчетной себестоимости и перевода части статей *с сомнительным для бухгалтеров предприятия местом учета* из расходов, которые уменьшают прибыль после налогообложения, в расходы, которые вычитаются из прибыли до уплаты налога на прибыль организаций). Этот аспект, несмотря на его кажущуюся очевидность, в силу традиционной боязни всех бухгалтеров *налоговой инспекции* почти издевательски актуален в современных условиях для абсолютного большинства представителей бизнеса.

■ Чтобы понять, что такое управление снижением себестоимости продукции компании (и, тем более, начать управление на практике) российскому руководителю придется преодолеть много препятствий. Часть из них - препятствия психологические. Например, надо расстаться с иллюзией, что себестоимость - предмет давно всем известный, не представляющий живого интереса. Далее руководству компании необходимо уверовать в то, что у него гораздо больше влияния на свою *микроэкономику*, чем у государства, все еще контролирующего внутрифирменный менеджмент. И, наконец, препятствия организационные: необходимость в организационной и финансовой реструктуризации. В таблице приведен примерный перечень мероприятий по снижению себестоимости.

Общие мероприятия по снижению себестоимости, как и "пообластные", зависят от условий функционирования предприятия и, чаще всего, сводятся к следующему перечню: оперативный пересчет рентабельности каждого продукта; нахождение оптимального уровня коммунальных платежей; управление операциями с валютой; выявление *центров затрат* и мотивация менеджеров; доведение миссии, целей и стратегии предприятия до каждого работника; периодический перезапуск механизма оптимизации себестоимости...

Для реальности канализации подобных мероприятий целесообразны:

- планирование, калькулирование, учет, контроль и регулирование маржинального дохода (объем реализации минус затраты на покупку полуфабрикатов и комплектующих) и его поглощения условно-постоянными затратами. Это называется *директ-костингом*;

- постоянный динамический пересчет (скользящий режим планирования и учета) себестоимости из-за изменения целесообразного большинства факторов.

Реальность такова, что гораздо проще избежать кризиса, чем выйти из него. В рамках данной работы *расширительно понимаемая* оптимизация себестоимости - первый рецепт выживания в кризисной ситуации с наименьшими потерями. Любой оптимум повышает стабильность системы, ее устойчивость, а в данном случае любые затраты на его поиск будут незаметны по сравнению с тем выигрышем, конкурентным преимуществом, которое получит предприятие.

Область	Резерв снижения себестоимости, %	Мероприятия
Снабжение	50	1. Организация тендеров, в которых отдел снабжения будет участвовать наряду с независимыми поставщиками
		2. Непрерывный тендер поставщиков в Интернете
		3. Переход на местное сырье
		4. Пересмотр контракта с поставщиками в свою пользу (в т. ч. с использованием неординарных механизмов)
		5. Уменьшение количества поставщиков (эффект масштаба)
		6. Обновление <i>плана закупок</i> (централизация или децентрализация, закупки точно в срок или с запасом, использование скидок за объем) с обязательным учетом неравноценности денежных средств во времени
		7. Партнерство в сфере закупок с конкурентами (скидки за объем)
		8. Интеграция с поставщиками (в т.ч. с помощью влияния на их поставщиков)
Производство	10	1. Выравнивание ресурса узлов (деталей), входящих в изделие предприятия, по минимальному значению
		2. Использование деталей, узлов с кратным ресурсом
		3. Внедрение всеобщих нормативов
		4. Контроль ресурсов, внедрение ресурсосберегающих технологий
		5. Техническая инвентаризация и проверка учетных систем
		6. Пересмотр расходов на обслуживание оборудования (вплоть до продажи простаивающего оборудования)
		7. Использование дешевых заменителей
		8. Контроль качества продукции (увеличение базы для распределения постоянных расходов)
		9. Сокращение персонала <i>при сохранении структуры кадров и их эффективности</i> , снижение заработной платы
Сбыт	40	1. Правильная мотивация менеджеров отдела сбыта
		2. Мониторинг покупателей по методу АВС (20 %-ные скидки покупателям, дающим 80% сбыта)
		3. Правильная организация логистики, выбор оптимальных маршрутов товародвижения (вовсе не обязательно самых коротких)

* * *

1. 7 нот менеджмента. 5-е изд., доп. М.: ЗАО "Журнал Эксперт": ООО "Изд-во ЭКСМО", 2002. 656 с.

2. Антикризисное управление: теория, практика, инфраструктура: Учеб.-практ. пособие / Г. А. Александров. М.: Изд-во БЕК, 2002. 544 с.

3. Бизнес с человеческим лицом // Эксперт. 2003. № 13 (367). С. 36-39.

4. Как стать убийцей затрат // Эксперт. 2003. № 20 (374). С. 34-40.

5. Организация управления затратами в условиях рыночной экономики России // Экономист. 2002. № 9. С. 36-39.

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ

Фонд стимулирования за снижение расхода топливно-энергетических ресурсов в понимании автора диссертации - часть чистой продукции¹ предприятия, выделенная работникам в личное потребление. Фонд стимулирования в данном случае, как часть фонда оплаты труда в целом является экономической категорией, отражающей производственные отношения, складывающиеся по поводу затрат топливно-энергетических ресурсов (ТЭР), распределения части чистой продукции предприятия (результат труда) и оплаты труда коллектива за этот результат.

Формирование фонда стимулирования за снижение расхода энергетических ресурсов и топлива, по-нашему мнению, заключается в выделении из прибыли части экономии от снижения энергоемкости производства. В условиях рынка, по мнению авторов, средства на стимулирование труда сверх заработной платы зависят только от суммы прибыли, полученной коллективом предприятия от трудовой деятельности его членов. При таком подходе фонд стимулирования (ФС) - остаток от сумм реализованной продукции после вычетов из нее всех затрат оуществленного труда (материально-сырьевых, энергетических ресурсов и топлива, суммы амортизации), налогов, средств на формирование гарантированного фонда оплаты труда (ФОТ_{ГАРАНТ}), фонда накопления (ФРП и ФСР производства), что видно на рисунке 1.

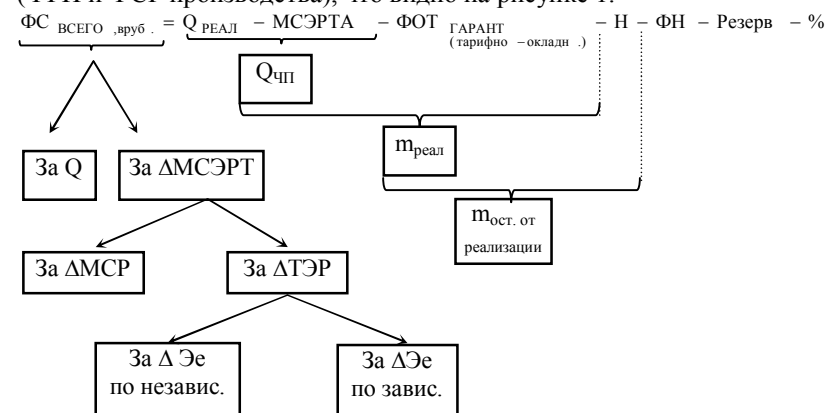


Рис. 1. Модель определения общей суммы фонда стимулирования на предприятиях в рыночных условиях

где ФС всего в руб. - фонд стимулирования по предприятию весь;
Q_{реал} - объем реализованной продукции;

¹ Чистая продукция равна = Q_{реал} - МСЭРТА на Q_{реал} = v + m.

МСЭРТА - материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, амортизация;
 ФОТ_{ГАРАНТ} - гарантированный(тарифно-окладной) фонд оплаты труда;
 Н - все налоги и выплаты из прибыли и себестоимости;
 Q_{чп} - объем чистой продукции;
 m_{реал} - прибыль от реализации
 m_{реал} - прибыль остающаяся у предприятия
 ФН - фонд накопления, то есть производственного и социального развития предприятия.

Расчет экономии ТЭР, в соответствии с рекомендуемой авторами методикой, осуществляется по следующей системе формул:

$$\Delta TЭР_{руб.ВСЕГО} = TЭР_{наQ_{рп}}^i - TЭР_{наQ_{рп}}^{i-1} = \left(y_{TЭР_{уд}} \times Q_{рп_{нат}} \times \bar{C}_{ед.ТЭР} \right)^i - \left(y_{TЭР_{уд}} \times Q_{рп_{нат}} \times \bar{C}_{ед.ТЭР} \right)^{i-1} \quad (1)$$

где TЭР_{наQ_{рп}}ⁱ, TЭР_{наQ_{рп}}ⁱ⁻¹ - топливно-энергетические ресурсы на объем реализованной продукции в данном и предыдущем году;

y_{TЭР_{уд}} - доля ТЭР в объеме реализованной продукции в натуральном выражении;

Q_{рп_{нат}} - объем реализованной продукции в натуральном выражении;

$\bar{C}_{ед.ТЭР}$ - средняя цена единицы топливно-энергетических ресурсов.

Сумма экономии энергетических ресурсов и топлива в данном периоде по сравнению с предыдущим из формулы (1) - результат действия двух групп факторов: зависящих от предприятия и независящих. Однако, фонд стимулирования за снижение энергоемкости производства должен формироваться только от той части экономии ТЭР, которая получена по зависящим от коллектива предприятия факторам, то есть от удельных расходов всех элементов ТЭР (см. формулу 2).

$$\Delta TЭР_{руб. от \Delta y_{TЭР_{нат.уд}} (завис. факторы)} = \left(y_{TЭР_{уд_{нат}}}^i \times Q_{рп_{нат}}^i \times \bar{C}_{ед.ТЭР} \right) - \left(y_{TЭР_{уд_{нат}}}^{i-1} \times Q_{рп_{нат}}^{i-1} \times \bar{C}_{ед.ТЭР} \right) \quad (2)$$

Экономия энергетических ресурсов и топлива, полученная по формуле (2) в расчет ФС за снижение энергоемкости производства, в соответствии с рекомендациями авторов, принимается не целиком, а уменьшается на долю фонда накопления в объеме прибыли, остающейся у предприятия по формуле:

$$ФС_{за \Delta TЭР} = \Delta TЭР_{(по \text{завис. факт})} \times \left(1 - \frac{ФН}{m_{ост}} \right) \quad (3)$$

Расчеты изменения ТЭР под влиянием остальных факторов ведутся по следующей системе формул:

$$\Delta TЭР_{от \Delta Q_{рп_{нат}}} = \left(y_{TЭР_{уд_{нат}}}^{i-1} \times Q_{рп_{нат}}^i \times \bar{C}_{ед.ТЭР} \right) - \left(y_{TЭР_{уд_{нат}}}^{i-1} \times Q_{рп_{нат}}^{i-1} \times \bar{C}_{ед.ТЭР} \right) \quad (4)$$

$$\Delta TЭР_{от \Delta \bar{C}_{ед.ТЭР}} = \left(y_{TЭР_{уд_{нат}}}^{i-1} \times Q_{рп_{нат}}^{i-1} \times \bar{C}_{ед.ТЭР}^i \right) - \left(y_{TЭР_{уд_{нат}}}^{i-1} \times Q_{рп_{нат}}^{i-1} \times \bar{C}_{ед.ТЭР}^{i-1} \right) \quad (5)$$

Достоверность рекомендуемого метода подтверждается математически путем равенства суммы экономии ТЭР по всем факторам (см. формулу 6) и общей экономией, полученной прямым счетом по формуле (1):

$$\Delta TЭР_{руб.ВСЕГО} = \Delta TЭР_{от \Delta y_{TЭР_{уд_{нат}}}} + \Delta TЭР_{от \Delta Q_{рп_{нат}}} + \Delta TЭР_{от \Delta \bar{C}_{ед.ТЭР}} \quad (6)$$

Пример расчета изменения суммы ТЭР в рублях на условных данных представлен в таблице.

Таким образом, в соответствии с изложенной методикой, размер фонда стимулирования за экономию энергетических ресурсов и топлива зависит от факторов-аргументов представленных на схеме (см. рис. 2).

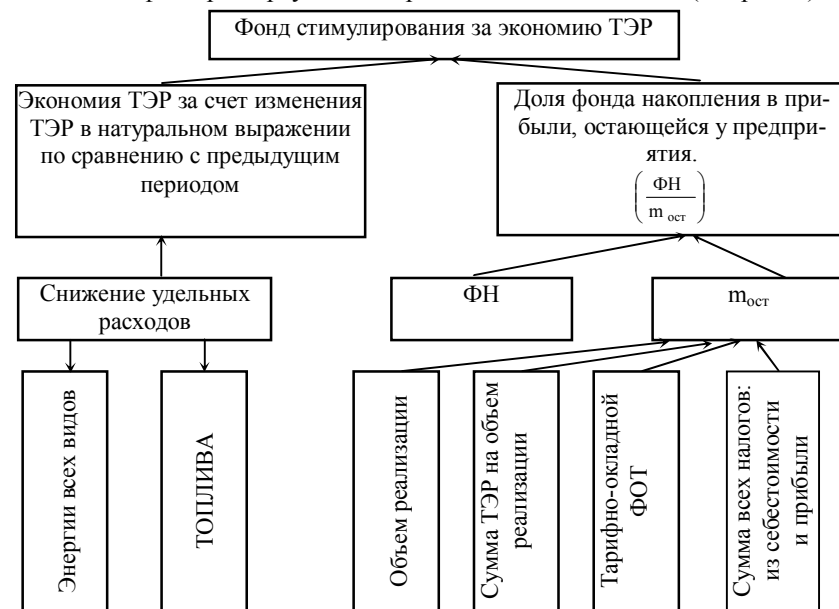


Рис. 2. Схема взаимосвязи факторов-аргументов, предопределяющих размер фонда стимулирования за экономию ТЭР

Характер влияния факторов первого порядка, представленных на рис. (2): экономии ТЭР по зависящим факторам и доли фонда накопления в прибыли остающейся у предприятия можно видеть из формулы (3). Так, с увеличением экономии ТЭР по зависящим факторам - фонд стимулирования возрастает и наоборот. Чем больше величина $\left(\frac{\Phi Н}{m_{ост}}\right)$, тем меньшая доля от экономии ТЭР по зависящим факторам остается на стимулирование. Сама величина $\left(\frac{\Phi Н}{m_{ост}}\right)$, в свою очередь зависит от субъективно установленного размера фонда накопления и суммы прибыли, остающейся у предприятия.

Влияние на фонд стимулирование числителя ($\Phi Н$) и знаменателя ($m_{ост}$) показателя $\left(\frac{\Phi Н}{m_{ост}}\right)$ - различно. Так, увеличение фонда накопления при прочих равных условиях, ведет к сокращению фонда стимулирования, а увеличение прибыли, остающейся у предприятия, при таких же условиях, приводит, наоборот, к увеличению ФС.

К факторам второго порядка, влияющих на величину прибыли остающейся у предприятия ($m_{ост}$), относятся: объем реализации, сумма ТЭР на объем реализации, тарифно-окладной фонд и сумма налогов из себестоимости. Так, увеличение объема реализации ведет к увеличению прибыли остающейся у предприятия и следовательно, к увеличению фонда стимулирования; увеличение расхода ТЭР на объем реализации, тарифно-окладного фонда оплаты труда, суммы налогов из себестоимости и прибыли ведет, при прочих равных условиях, к снижению прибыли остающейся у предприятия и как следствие - к снижению фонда стимулирования.

Использование на практике рекомендуемой выше методики позволяет создать материальную мотивацию коллектива предприятия за экономию топливно-энергетических ресурсов, что будет способствовать увеличению прибыли и повышению эффективности производства.

Т.Г. Крайкова, З.Н. Семашкина
*Самарская государственная
экономическая академия*

ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Важнейшими задачами любого коммерческого предприятия являются повышение конкурентоспособности его продукции на внутреннем и мировом рынках с целью увеличения прибыли. Конкурентоспособность продукции обеспечивается двумя факторами: качеством продукции и его ценой. Эта цель может быть достигнута только при соответст-

вующей квалификации всего персонала предприятия и его заинтересованности в повышении эффективности производства.

Роль человека в производстве (в западных странах уже с 60-х гг. XX в.) стали рассматривать как важнейший вид капитала, а затраты на оплату его труда, подготовку и переподготовку - как особый, очень важный вид инвестиций. Мотивация работников стала неотъемлемой частью управления персоналом.

Мотивация - это деятельность, имеющая цель активизировать работников и побудить их эффективно трудиться для выполнения поставленной перед ними и предприятием в целом цели. То есть мотивация труда представляет собой стимулирование работников к деятельности по достижению какой-либо цели через удовлетворение их собственных потребностей.

Эффективный механизм материального стимулирования должен быть построен на использовании показателя, отражающего конечный результат труда коллектива, и учете количества вложенного труда в этот конечный результат каждым подразделением и работником предприятия.

Разработка такого механизма оценки конечного результата и вложенного в него труда, используемого в качестве мерила трудового вклада - ключ к решению глобальной задачи - совершенствованию мотивационного механизма.

Сложившаяся за долгие годы система управления экономикой в нашей стране привела к возникновению феномена экономического отчуждения работников от средств производства. Суть его заключается в том, что функции управления выполняли не производители благ, а государство в лице его различных органов, которые отстранили работников, во-первых, от результатов собственного труда, во-вторых, от управления производством. Это, в свою очередь, привело к тому, что доходы отдельных работников и целых трудовых коллективов не зависели от конечного результата работы коллектива - прибыли, которая, в свою очередь, прямо связана с эффективностью использования всех ресурсов предприятия. В силу этого, работники не заинтересованы в эффективном использовании ресурсов, то есть работать эффективно.

Одной из причин сложившегося положения является недостаточная изученность процесса мотивации. Так, трудовая мотивация большинством ученых рассматривается как вознаграждение за труд в виде премий. Но премия, без учета вклада каждого подразделения и конкретного работника в общий коллективный результат работы всего предприятия, не побуждает людей работать эффективно, то есть экономить живой и овеществленный труд.

С переходом нашей страны на рыночные отношения, массовым акционированием, прежде всего государственных предприятий, мало что изменилось. Изучение практики многих предприятий показало, что стимулирование по-прежнему заменяется индивидуальной премией, в заранее установленном проценте от оклада или заработка, и включается в себестоимость. Такой метод стимулирования, во-первых, является затратным, поскольку увеличивает себестоимость, чем делает продукцию менее конкурентоспособной, во-вторых, не связывает вознаграж-

дение с конечным коллективным результатом (прибылью) и, следовательно, не стимулирует эффективное использование ресурсов, повышение качества продукции и увеличение объема производства. Более того, премия устанавливается, как правило, только за выполнение планового задания по соответствующим для данного подразделения показателям, которые так же количественно не увязываются с конечным результатом работы предприятия.

Изучение специальной литературы по данному вопросу также показало, что рекомендации ученых по прежнему нельзя назвать рыночными. Среди коллективных форм формирования фонда оплаты труда (ФОТ), а, следовательно, его стимулирования, предлагается затратный метод по нормативу заработной платы на 1 рубль реализованной продукции. В этом случае ФОТ будет зависеть от объема производства, но не будет стимулировать эффективное использование ресурсов, что прямо влияет на размер прибыли. Есть предложения поставить оплату труда в зависимости от прибыли, но в этих разработках речь идет о распределении прибыли с учетом ряда критериев, а по нашему мнению, изначально надо определить - как обоснованно сформировать ФОТ в зависимости от общих коллективных результатов работы предприятия.

Для того чтобы ФОТ предприятия и его структурных подразделений стал реальным, действенным инструментом в мотивации труда работников коллектива, методика его формирования должна учитывать функции этого фонда в механизме его образования, то есть соответствовать экономической сущности показателя фонда оплаты труда. Только в этом случае метод может быть признан научно-обоснованным.

Экономическая сущность ФОТ раскрывается в системе функций, среди которых основными являются две: воспроизводственная и стимулирующая. Реализация в методике формирования ФОТ воспроизводственной функции предполагает создание гарантированной его части, которая не должна зависеть от конечного результата работы предприятия, она должна быть равна сумме научно-обоснованного прожиточного минимума всего коллектива. Реализация стимулирующей функции предполагает создание сверхгарантированной части ФОТ, целиком зависящей от конечного результата работы предприятия.

Конечный результат труда коллектива - часть денежных средств от конечного продукта, оставляемая ему; конечный продукт - совокупность всего произведенного и реализованного.

При таком понимании этого вопроса, весь ФОТ и его сверхгарантированная часть определяется по формулам:

$$\text{ФОТ}_{\text{весь}} = Q_{\text{реал}} - \text{МСЭРТА} - \text{Н} - \text{ФН} - \text{Р} - \%,$$

где $Q_{\text{реал}}$ - объем реализации;

МСЭРТА - сумма затрат на материально-сырьевые, энергетические ресурсы, топливо и амортизация;

Н - налоги из прибыли;

ФН - фонд накопления;

Р - резервный фонд;

% - проценты по акциям и другим ценным бумагам.

$$\text{ФОТ}_{\text{сверхгар.}} = \text{ФОТ}_{\text{весь}} - \text{ФОТ}_{\text{гарант.}}$$

При изложенном подходе ФОТ^{сверхгар.} будет напрямую зависеть от эффективности использования средств, связанных с приобретением и расходом овеществленного труда и объема производства. Других производственных источников, влияющих на размер средств на оплату труда, быть не может.

Раскрыть механизм определения вклада в конечный результат каждого подразделения предприятия, а внутри их - каждого работника, не позволяют рамки данной статьи, но такие разработки у авторов имеются.

Т.Г. Крайкова, О.В. Филимонкина

*Самарская государственная
экономическая академия*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ПОКАЗАТЕЛЯ СЕБЕСТОИМОСТИ С ПОКАЗАТЕЛЯМИ ПЛАТЕЖНОГО БЮДЖЕТА

В настоящее время наряду с определением экономической эффективности промышленного предприятия по показателям прибыли и рентабельности важнейшими в условиях полной свободы хозяйственного ведения являются ликвидность и финансовая устойчивость, независимость предприятия. Поэтому вопрос об отсутствии свободных денежных средств у корпораций, в финансовой отчетности которых указывается прибыль, по меньшей мере, актуален.

На современном этапе остается не решенным вопрос о взаимосвязи обозначенных выше величин: прибыли и денежного потока, то есть даже при наличии прибыли может не быть свободных денежных средств. В связи с этим у предприятий возникает необходимость обосновать платежи, предусмотренные в платежном бюджете на плановый период, объемами расходов на производство, предусмотренными сметой затрат.

Отсюда основными задачами предприятия являются, во-первых, выявление взаимосвязи себестоимости и платежного бюджета, во-вторых, применение методики учета отклонений между этими показателями при планировании.

Двумя наиболее существенными и наглядными причинами отсутствия взаимосвязи между сметой затрат и платежным бюджетом являются отклонения в запасах сырья, материалов, комплектующих и колебания уровня кредиторской задолженности перед поставщиками.

Данная проблема в российской специальной литературе не рассматривается. Сложность решения этого вопроса заключается в том, что он находится на стыке экономического и финансового планирования, затрагивает проблемы бюджетирования. Зарубежная наука не имеет необходимости в решении данного вопроса, так как в западной практике расходы при планировании и учете приближены по содержанию к платежам, документы носят более адаптированный для практической работы характер, и проблемы не существуют.

Экономическая служба предприятий в плановой смете затрат по статье материалы предусматривает расходы под объем произведенной

товарной продукции, подлежащие впоследствии списанию бухгалтерией на "себестоимость произведенной (отгруженной) продукции, товаров, работ, услуг". Такой метод списания затрат называется методом начисления, то есть затраты признаются расходами в том периоде, когда продукция, изготовление и реализация которой повлекло эти расходы, отгружена.

Параллельно службы снабжения с целью планирования поставок сырья, материалов и комплектующих производят расчет потребности товарно-материальных ценностей (ТМЦ) в натуральном выражении. На основании этой потребности каждая закупающая служба учитывая данные о состоянии остатков сырья, материалов, комплектующих на складах, объемы ТМЦ в пути, состояние задолженности по оплате этих ресурсов на начало планового периода, установленный на предприятии предельный уровень цен на ресурсы формирует план закупок по номенклатуре на плановый период в разрезе поставщиков. Данные об объеме закупок в стоимостном выражении включаются в финансовый план завода. Такой метод учета и планирования расходов называется методом оплаты, то есть расходы признаются таковыми в момент оплаты их по дате банковской выписки.

Таким образом, на предприятии ежемесячно формируются два документа, отражающие плановые доходную и расходную части, но на разных ступенях планирования и учета: в момент начисления доходов и расходов, т.е. отгрузки и в момент оплаты соответственно за ресурсы и готовую продукцию. Первый - исходный экономический документ носит название бюджет доходов и расходов и формируется с целью определения экономической эффективности, рентабельности предприятия в целом и его отдельных подразделений. Второй - производный от него финансовый документ называется платежным бюджетом и служит целям своевременного управления кассовой разницей между притоком и оттоком денежных средств, платежеспособностью предприятия и является основой ежедневной работы исполнительного органа предприятия - кассачейства.

Так как и бюджет доходов и расходов и платежный бюджет отражают одни и те же ресурсы в стоимостной оценке, но на разные моменты учета этих ресурсов в виде расходов, встает вопрос о причинах несовпадения расходных частей бюджета доходов и расходов и платежного бюджета.

Причинами этих отклонений являются, во-первых, колебания в запасах товарно-материальных ресурсов и необходимость их поддержания на нормативном уровне. Кроме товарно-материальных ценностей, необходимых непосредственно для производства месячного объема производства и пополнения незавершенного производства, что и отражается суммарно в смете затрат на производство текущего месяца, необходимо пополнять запасы ТМЦ. Чаще всего увеличение стоимостной оценки запасов сырья и материалов связано с индексацией вновь закупаемых партий ТМЦ, а не увеличением объемов самих запасов в натуральном выражении. То есть, чтобы постоянно поддерживать нормативный запас ТМЦ на одном и том же уровне в натуральной величине (кг, т, метрах) в условиях инфляции, в связи с этим периодического по-

вышения цен поставщиками, необходимо пополнять объем средств, привлеченных в оборотный капитал, в частности, в запасы. Закупка партии ТМЦ по более высокой цене требует дополнительных средств на индексацию запасов.

Во-вторых, отклонения расходной части бюджета доходов и расходов и расходной части платежного бюджета связано с правилами ведения политики в области кредиторской задолженности. Известно, что не все те расходы сырья и материалов, которые предусмотрены сметой затрат на производство продукции текущего месяца, должны быть оплачены в этом же месяце:

- часть из них может быть уже оплачена в предыдущем периоде и находится на складе в ожидании использования,
- часть ТМЦ, планируемых к поступлению от поставщиков в текущем месяце, могла быть оплачена заранее авансом,
- одна из частей приобретаемых ТМЦ с учетом рассрочки платежа согласно условиям договоров поставки подлежит оплате в следующем периоде.

Только при условии, когда часть ресурсов, которая поступит от поставщиков ресурсов в текущем месяце, будет оплачена в этом же месяце и будет списана в производство в текущем месяце, смета затрат из бюджета доходов и расходов будет совпадать с расходной частью платежного бюджета.

Отклонение между расходными статьями сметы затрат из бюджета доходов и расходов и планом закупок, предусмотренным по тем же статьям в платежном бюджете, будет равно сумме авансовых платежей поставщикам, погашения кредиторской задолженности или пополнения счетов кредиторов.

В целях совершенствования взаимосвязи показателя себестоимости с показателями платежного бюджета необходимо обеспечить преемственность этих двух категорий, по цепочке рассмотреть их формирование. Между планом расхода материалов, предусмотренном в смете затрат на производство продукции, и планом оплаты сырья, материалов и комплектующих в платежном бюджете существует логическая взаимосвязь. Поэтому предлагается планирование статей платежного бюджета проводить последовательно после планирования экономических величин.

Учет отклонений в запасах сырья, материалов и комплектующих рекомендуется проводить следующим образом. На основании определенного объема производимой продукции, служба снабжения совместно с финансово-бюджетной службой подготавливает бюджет потребностей в материалах и бюджет приобретения материалов. Закупки материалов зависят от потребностей производства и имеющихся запасов на складе. Бюджет основных материалов поддерживает потребность в сырье для производства, обеспечивает запасы сырья и его закупку. Бюджет может учитывать потери и брак.

В этих условиях целесообразно использовать нормативный метод по увязке сметы затрат и плана закупок, т.е. бюджета на материалы. Для материалов, на которые не разрабатывается индивидуальный план, бюджет должен основываться на производственных факторах, в частности, этими факторами могут быть: общее количество часов работы или

рабочих дней за период планирования, стоимость потребляемых материалов или стоимость готовой продукции.

При формировании объема платежей по статье сырье, материалы и комплектующие на основании расходов, определенных сметой затрат, кроме отклонений в запасах необходимо учитывать также графики расчетов с поставщиками. При планировании сводных платежей по статьям сметы затрат предлагается использовать косвенный метод учета состояния кредиторской задолженности, влияющей на отклонения объема платежей от величины расходов по смете затрат. Этот метод заключается в нормировании состояния кредиторской задолженности и ее сравнении ежемесячно с фактическим уровнем. Отклонения увеличивают или занижают объемы платежей относительно уровня расходов по смете затрат. Норматив задолженности устанавливается по каждому закупочному подразделению в целом на год и исчисляется в днях задолженности, которая на каждый текущий момент может иметь место для данного подразделения перед его поставщиками. Ежемесячно норматив в днях исходя из среднесуточных плановых расходов конкретного месяца, определенного исходя из сметы затрат и количества рабочих дней, пересчитывается в стоимостную оценку состояния кредиторской задолженности, допустимой на конец планового месяца. Норматив в стоимостной оценке сравнивается с фактическим объемом задолженности по каждому подразделению и определяется отклонение. Если задолженность выше нормативной, то она подлежит включению в платежный бюджет сверх сумм расходов данного закупочного подразделения, определенное сметой затрат. Если фактическое состояние кредиторской задолженности ниже нормативного уровня для поставщиков данного вида ресурсов, то бюджет данного подразделения уменьшается на сумму отклонения и к оплате подлежат меньшие суммы, чем это определено сметой затрат.

Изложенное позволяет предприятию, во-первых, составлять корректный план платежей на основании данных по смете затрат, во-вторых, вести контроль за сроками расчетов с поставщиками и управлять тем самым штрафными санкциями, в-третьих, экономить средства, излишне отвлеченные в оборотный капитал.

Таким образом, для определения отклонений в расчетах с поставщиками, которые могут влиять на объемы платежей в платежном бюджете по сравнению с уровнем расходов по смете затрат на производство, предлагается использовать укрупненный метод нормирования состояния кредиторской задолженности в зависимости от вида поставляемых ресурсов.

Предлагаемый порядок формирования платежного бюджета делает его более прозрачным, обоснованным на смете затрат. Устанавливается взаимосвязь важнейших для предприятия показателей - расходов по смете затрат и платежей. Это ведет в свою очередь к взаимосвязи таких величин как прибыль, определяемой в бюджете доходов и расходов, и свободные денежные средства, определяемые в платежном бюджете.

Выявление и учет зависимости денежного потока от прибыли предприятия делает систему финансово-экономического планирования более логичной, последовательной и информативной для руководителей.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ПРИБЫЛИ НА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА, РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА И НОРМУ ЧИСТОГО ДОХОДА

В современных условиях прибыль стала важнейшим показателем для оценки производственной и финансовой деятельности предприятия. Она характеризует степень деловой активности и финансового благополучия.

Однако по абсолютной сумме прибыли невозможно судить об эффективности производства. Поэтому представляет интерес количественно измерить и оценить влияние прибыли на показатели характеризующие эффективность производства. К числу таких показателей мы относим:

- эффективность использования живого труда, т.е. производительность труда - трудоотдачу;
- эффективность использования основных и оборотных средств - рентабельность производства;
- эффективность использования вложенных в заработную плату средств - норму чистого дохода.

Для определения влияния прибыли на динамику этих показателей предлагается использовать метод по факторам-аргументам.

Расчет общего изменения трудоотдачи - производительности труда рассчитывается по формуле:

$$J_{\text{П всего}} = \frac{\text{П}^i}{\text{П}^{i-1}} = \frac{Q_{\text{чп}}^i}{Q_{\text{чп}}^{i-1}} \times \frac{Ч_{\text{ппп}}^{i-1}}{Ч_{\text{ппп}}^i} = \frac{(v+m)^i}{(v+m)^{i-1}} \times \frac{Ч_{\text{ппп}}^{i-1}}{Ч_{\text{ппп}}^i} = \frac{1}{J_{\text{Ч}_{\text{ппп}}}} \times J_{(v+m)}, \quad (1)$$

где J , П , $Q_{\text{чп}}$, $Ч_{\text{ппп}}$, v , m соответственно есть - индекс, трудоотдача, объем чистой продукции, численность ППП, заработная плата, прибыль.

$i, i-1$ - данный и предыдущий годы.

Отсюда, в соответствии с нашими рекомендациями влияние прибыли на динамику производительности труда определится по формуле:

$$J_{\text{П от } \Delta m} = \frac{v^{i-1} + m^i}{v^{i-1} + m^{i-1}}. \quad (2)$$

Исходя из формулы (2) влияние заработной платы на производительность труда рассчитывается по модели:

$$J_{\text{П от } \Delta v} = \frac{v^i + m^i}{v^{i-1} + m^i}. \quad (3)$$

Достоверность методики проверяется равенством произведения всех индексов (факторов-аргументов) общему изменению трудоотдачи, рассчитанному прямым способом.

То есть,

$$J_{\text{П всего}} = \frac{\text{П}^i}{\text{П}^{i-1}} = \frac{1}{J_{\text{Ч}_{\text{ппп}}}} \times J_v \times J_m. \quad (4)$$

Расчет общего изменения рентабельности производства рекомендуется определять по следующей модели:

$$J_{\text{Р}_{\text{пр}} \text{ всего}} = \frac{R_{\text{пр}}^i}{R_{\text{пр}}^{i-1}} = \left[\frac{m}{\text{ОФ} + \text{Об ср}_{\text{норм}}} \right]^i \times \left[\frac{\text{ОФ} + \text{Об ср}_{\text{норм}}}{m} \right]^{i-1} = \frac{1}{J_m \times J_{\frac{\text{ОФ} + \text{Об ср}_{\text{норм}}}{m}}}, \quad (5)$$

где $R_{\text{пр}}$, ОФ , $\text{Об ср}_{\text{норм}}$ соответственно есть - рентабельность производства, среднегодовая стоимость основных фондов и нормированных оборотных средств.

Влияние прибыли на рентабельность производства определяется по модели:

$$J_{\text{Р}_{\text{пр}} \Delta m} = \frac{m^i}{m^{i-1}} \times \frac{(\text{ОФ} + \text{Об ср}_{\text{норм}})^{i-1}}{(\text{ОФ} + \text{Об ср}_{\text{норм}})^i}. \quad (6)$$

Исходя из формулы (6) влияние основных фондов и нормируемых оборотных средств на рентабельность производства рассчитывается по формуле:

$$J_{\text{Р}_{\text{пр}} \Delta \text{ОФ и Об ср}_{\text{норм}}} = \frac{m^i}{m^{i-1}} \times \frac{(\text{ОФ} + \text{Об ср}_{\text{норм}})^{i-1}}{(\text{ОФ} + \text{Об ср}_{\text{норм}})^i}. \quad (7)$$

Проверка достоверности расчетов осуществляется аналогично формуле (4), т.е.

$$J_{\text{Р}_{\text{пр}} \text{ всего}} = \frac{R^i}{R^{i-1}} = J_m \times J_{\frac{\text{ОФ} + \text{Об ср}_{\text{норм}}}{m}}. \quad (8)$$

Расчет изменения нормы чистого дохода при разложении последней на факторы-аргументы определится по формуле:

$$J_{\text{ЧД}_{\text{н}} \text{ всего}} = \frac{ЧД_{\text{н}}^i}{ЧД_{\text{н}}^{i-1}} = \frac{m^i}{v^i} \times \frac{v^{i-1}}{m^{i-1}} = J_m \times J_v^{\frac{1}{v}}, \quad (9)$$

где $ЧД_{\text{н}}$ - норма чистого дохода.

Влияние прибыли на норму чистого дохода рассчитывается по следующей модели:

$$J_{\text{ЧД}_{\text{н}} \text{ от } \Delta m} = \frac{m^i}{m^{i-1}} \times \frac{v^{i-1}}{v^{i-1}}. \quad (10)$$

Из формулы (10) можно рассчитать влияние заработной платы на норму чистого дохода:

$$JЧД_{H от \Delta v} = \frac{m^i}{m^i} \times \frac{v^{i-1}}{v^i}. \quad (11)$$

Достоверность расчетов определяется по формуле:

$$JЧД_{H всего} = \frac{ЧД_H^i}{ЧД_H^{i-1}} = J_m \times J_v^{\frac{1}{v}}. \quad (12)$$

Результаты расчета по рекомендуемой методике представлены в таблице.

Динамика изменения производительности труда, рентабельности производства, нормы чистого дохода на материалах ЗАО "СПЗ-4" и ОАО "Авиаагрегат" за 1999-2002 гг.

Показатели	ЗАО "СПЗ-4"			ОАО "Авиаагрегат"		
	2000 1999	2001 2000	2002 2001	1999 1998	2000 1999	2001 2000
Индекс производительности труда, всего	1,75	1,39	1,04	1,39	1,84	1,08
в т.ч. за счет изменения:						
Численности ППП	1,00	0,99	1,04	0,83	0,93	0,92
ФЗП ППП	1,35	1,33	1,22	1,43	1,17	1,13
Прибыли	1,30	1,06	0,82	1,18	1,69	1,03
Индекс рентабельности производства, всего	2,16	0,93	0,36	1,37	2,71	1,07
в т.ч. за счет изменения:						
Прибыли	2,07	1,18	0,35	1,36	2,70	1,05
Ср/год. Стоим. ОФ и НОС	1,04	0,79	1,03	1,01	1,00	1,01
Индекс нормы чистого дохода, всего	1,26	0,77	0,28	0,67	1,81	0,80
в т.ч. за счет изменения:						
Прибыли	2,07	1,18	0,35	1,36	2,70	1,05
ФЗП ППП	0,61	0,66	0,80	0,50	0,67	0,76

Как видно из таблицы, за исследуемый период на обоих предприятиях прибыль оказала существенное влияние на рассматриваемые в статье показатели эффективности производства. При чем количественно прибыль оказала одинаковое влияние на показатели рентабельности производства и норму чистого дохода, что собственно видно из формул (5) и (9), где эти показатели находятся в прямой пропорциональной зависимости от изменения прибыли. На показатель производительность труда - трудоотдачу, измеренную по чистой продукции, прибыль оказала несколько меньшее влияние.

Применение на практике рекомендуемой методики определения влияния прибыли на показатели производительность труда, рентабельность производства, норму чистого дохода, на наш взгляд, является целесообразным, поскольку позволит руководителям предприятия принимать правильные управленческие решения.

МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРА ИНФЛЯЦИИ НА ДИНАМИКУ ПРИБЫЛИ

Прибыль, в современных условиях, является единственным источником финансирования расширенного воспроизводства, важным критерием его эффективности, основным источником формирования сверхгарантированной части фонда оплаты труда, источником дохода государственного бюджета.

В связи с этим, для принятия правильных управленческих решений по поиску путей увеличения прибыли, в конкретных условиях каждого производства, необходимо изучать влияние всех факторов вызывающие изменение этого показателя.

В условиях рынка, кроме зависящих от работы коллектива предприятия факторов влияющих на величину прибыли, на динамику этого показателя оказывает существенное влияние фактор инфляции. Инфляция характеризуется обесцениванием национальной денежной единицы и общим повышением уровня цен внутри страны. Высокие темпы инфляции отрицательно влияют на все финансово-хозяйственные стороны деятельности предприятия, в т.ч. и на прибыль.

Для того чтобы вычленить влияние фактора инфляции - цен на динамику прибыли, прежде всего, необходимо знать всю совокупность факторов влияющих на этот показатель. Расчет общего изменения прибыли для этой цели рассчитывается по формуле:

$$Jm_{\text{реал всего}} = \frac{m_{\text{реал}}^i}{m_{\text{реал}}^{i-1}} = \frac{(Q_{\text{реал}} - S_{Q_{\text{реал}}})^i}{(Q_{\text{реал}} - S_{Q_{\text{реал}}})^{i-1}} = \frac{[(Q_{\text{реал наг}} \times \bar{P}_{\text{ед}})^i - (МСЭРТ_{\text{наг}} \times \bar{P}_{\text{ед МСЭРТ}})^i - \text{Пр}^i]}{[(Q_{\text{реал наг}} \times \bar{P}_{\text{ед}})^{i-1} - (МСЭРТ_{\text{наг}} \times \bar{P}_{\text{ед МСЭРТ}})^{i-1} - \text{Пр}^{i-1}]}, \quad (1)$$

Где J , $m_{\text{реал}}$, $Q_{\text{реал}}$, $S_{Q_{\text{реал}}}$, $Q_{\text{реал наг}}$, $\bar{P}_{\text{ед}}$, $МСЭРТ_{\text{наг}}$, $\bar{P}_{\text{ед МСЭРТ}}$, Пр соответственно есть - индекс, прибыль от реализации, выручка от реализации, себестоимость реализованной продукции, объем реализованной продукции в натуральном выражении, средняя цена единицы продукции, расход материалов, сырья, энергетических ресурсов, топлива в натуральном выражении, средняя цена единицы МСЭРТ, прочие расходы из себестоимости.

В состав прочих расходов нами отнесены - фонд оплаты труда, социальные отчисления, амортизация и другие расходы из себестоимости реализованной продукции.

В прочие расходы, нами сгруппированы перечисленные выше статьи себестоимости в связи с тем, что размер этих статей не зависит от изменения цен, влияние которых на прибыль как фактора реагирующего на инфляцию в данной статье требуется определить.

i, i-1 - данный и предыдущий годы.

Как видно из формулы (1) инфляция - цены на прибыль оказывают влияние через два фактора-аргумента:

- среднюю цену единицы продукции;
- среднюю цену единицы МСЭРТ.

Для количественного измерения их влияния на прибыль используется, в соответствии с рекомендациями авторов, следующие модели:

$$Jm_{\text{реал от } \Delta \bar{P}_{\text{ед}}} = \frac{(Q^{\text{реал наг}} \times \bar{P}_{\text{ед}}^i)^i - (\text{МСЭРТ}_{\text{наг}} \times \bar{P}_{\text{ед МСЭРТ}}^i) - \text{Пр}^i}{(Q^{\text{реал наг}} \times \bar{P}_{\text{ед}}^{i-1})^i - (\text{МСЭРТ}_{\text{наг}} \times \bar{P}_{\text{ед МСЭРТ}}^{i-1}) - \text{Пр}^i} \quad (2)$$

$$Jm_{\text{реал от } \Delta \bar{P}_{\text{ед МСЭРТ}}} = \frac{(Q^{\text{реал наг}} \times \bar{P}_{\text{ед}}^i)^i - (\text{МСЭРТ}_{\text{наг}} \times \bar{P}_{\text{ед МСЭРТ}}^i) - \text{Пр}^i}{(Q^{\text{реал наг}} \times \bar{P}_{\text{ед}}^{i-1})^i - (\text{МСЭРТ}_{\text{наг}} \times \bar{P}_{\text{ед МСЭРТ}}^{i-1}) - \text{Пр}^i} \quad (3)$$

Отсюда, общее влияние фактора инфляции - цен на прибыль определится:

$$Jm_{\text{реал от инфляции}} = Jm_{\text{реал от } \Delta \text{Цед}} \times Jm_{\text{реал от } \Delta \text{Цед мсэрт}} \quad (4)$$

При анализе влияния цен на прибыль следует иметь в виду, что если цены на сырье, материалы, энергию растут быстрее, чем цены на готовую продукцию, то прибыль снижается, и наоборот.

Результаты расчетов по изложенной методике представлены в таблице.

№ п/п	Показатели	Изменение прибыли под влиянием цен по годам и предприятиям (индекс)							
		1999 1998		2000 1999		2001 2000		2002 2001	
		ЗАО "СПЗ-4"	ОАО "Авиаагрегат"	ЗАО "СПЗ-4"	ОАО "Авиаагрегат"	ЗАО "СПЗ-4"	ОАО "Авиаагрегат"	ЗАО "СПЗ-4"	ОАО "Авиаагрегат"
1	Цена на единицу продукции	1,00	0,61	1,00	2,37	1,00	2,91	1,00	0,85
2	Цена на единицу МСЭРТ	1,18	1,00	1,68	1,00	0,95	1,00	1,16	1,00
3	Всего: стр.1* стр.2	1,18	0,61	1,68	2,37	0,95	2,91	1,16	0,85
4	Другие факторы	1,24	1,45	0,95	1,46	1,21	0,63	1,03	1,28
5	Всего: прямым счетом стр.3*стр.4	1,46	0,88	1,59	3,45	1,15	1,82	1,20	1,09

Как видно из таблицы, фактор цен оказал количественно существенное влияние как в сторону увеличения прибыли (ЗАО "СПЗ-4", соответственно по годам: +18%, +68%, +16% в 1999 г., 2000 г., 2002 г.; ОАО "Авиаагрегат", соответственно по годам: +137%, +191% 2000 г., 2001

г.), так и в сторону снижения (ЗАО "СПЗ-4" -5% в 2001 г.; ОАО "Авиаагрегат", соответственно по годам: -39%, -15% в 1999 г., 2002 г.), что подтверждает необходимость отдельного количественного измерения влияния инфляции (через цены на продукцию и МСЭРТ) на прибыль.

Следовательно, применение на практике изложенной методики позволит выделить из общего изменения прибыли ту ее часть, которая зависит от усилий коллектива, и потому является, в отличие от части получаемой за счет инфляции, управляемой.

Н.Н. Курсов

ООО "Самарский Ламинат"

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИКИ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Оборотный капитал предприятия является одним из основных компонентов системы производственно-коммерческой деятельности предприятия, хозяйственных отношений с субъектами рынка, кредитно-финансовыми учреждениями и государством, управление которым представляет собой концентрацию и координирование ресурсов на достижение оптимального функционирования указанной системы.

Для формирования методических положений политики управления оборотным капиталом предприятия целесообразно выявить сущность категории "чистый оборотный капитал". Чистый оборотный капитал предприятия представляет собой разность между текущими активами (оборотными средствами) и текущими обязательствами (кредиторской задолженностью) и показывает, в каком размере текущие активы покрываются долгосрочными источниками средств. Аналог этого показателя в отечественной практике - величина собственных оборотных средств. Значимость категории обусловлена возможностью оценки уровня собственного оборотного капитала, зависимости бизнеса от привлеченных источников, платежеспособности и ликвидности предприятия, а также выбора оптимального механизма финансирования оборотных средств.

Оборотные средства могут быть охарактеризованы с различных позиций, однако основными характеристиками являются их ликвидность, объем и структура.

В процессе производственной деятельности происходит постоянная трансформация отдельных элементов оборотных средств. Предприятие покупает сырье и материалы, производит продукцию, затем продает ее, как правило, в кредит, в результате образуется дебиторская задолженность, которая через некоторый промежуток времени превращается в денежные средства.

Циркуляционная природа текущих активов имеет ключевое значение в управлении оборотным капиталом. Текущие активы различаются по степени ликвидности, т. е. по их способности трансформироваться в денежные средства, обладающие абсолютной ликвидностью. Денежные эквиваленты наиболее близки по степени ликвидности к денежным средствам. Ликвидность дебиторской задолженности уже может ощу-

тимо варьировать. Наименее ликвидны материально-производственные запасы; из них готовая продукция более ликвидна, чем сырье и материалы.

Объем и структуры оборотных средств в значительной степени определяются отраслевой принадлежностью. Между оборотными средствами и кредиторской задолженностью нет прямой связи, однако считается, что у нормально функционирующего предприятия текущие активы должны превышать текущие обязательства.

Величина оборотных средств определяется не только потребностями производственного процесса, но и случайными факторами. Поэтому принято подразделять оборотный капитал на постоянный и переменный.

В теории финансового анализа существуют две основные трактовки понятия "постоянный оборотный капитал":

- часть денежных средств, дебиторской задолженности и производственных запасов, потребность в которых относительно постоянна в течении всего операционного цикла;

- минимум текущих активов, необходимый для осуществления производственной деятельности.

Категория переменного оборотного капитала отражает дополнительные текущие активы, необходимые в пиковые периоды или в качестве страхового запаса.

Целевой установкой политики управления оборотным капиталом является определение объема и структуры текущих активов, источников их покрытия и соотношения между ними, достаточного для обеспечения долгосрочной производственной и эффективной финансовой деятельности предприятия.

Важнейшей финансово-хозяйственной характеристикой предприятия является его ликвидность, т. е. способность вовремя гасить краткосрочную кредиторскую задолженность. Для любого предприятия достаточный уровень ликвидности является одной из важнейших характеристик стабильности хозяйственной деятельности. Потеря ликвидности чревата не только дополнительными издержками, но и периодическими остановками производственного процесса.

Рост величины чистого оборотного капитала позволяет снизить риск ликвидности, что обуславливает целесообразность управления оборотным капиталом по следующему варианту, сводящему к минимуму риск потери ликвидности: чем больше превышение текущих активов над текущими обязательствами, тем меньше степень риска.

Особое значение в системе управления оборотным капиталом представляет зависимость между прибылью и уровнем оборотного капитала (см. рисунок).

Низкий уровень оборотного капитала вызывает ряд проблем в производственной деятельности предприятия - потеря ликвидности, периодические сбои в работе и низкая прибыль. При оптимальном уровне оборотного капитала прибыль становится максимальной. Дальнейшее повышение величины оборотных средств приведет к тому, что предприятие будет иметь в распоряжении временно свободные, бездействующие текущие активы, а также излишние издержки финансирования, что повлечет снижение прибыли.



Рис. Взаимосвязь прибыли и уровня оборотного капитала

Таким образом, для успешного функционирования предприятия как рыночного субъекта, реализации стратегии и достижения целевых ориентиров целесообразно проведение комплексного научного исследования, направленного на разработку политики управления оборотным капиталом, позволяющей обеспечить поиск компромисса между риском потери ликвидности и эффективности работы предприятия, т.е. обеспечение платежеспособности и приемлемого объема, структуры и рентабельности активов.

А.В. Лапин

*Самарская государственная
экономическая академия*

РОЛЬ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКА В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Можно с уверенностью сказать: неопределенность и риск в предпринимательской деятельности играют очень важную роль, заключая в себе противоречие между планируемым и действительным, то есть источник развития предпринимательской деятельности. Предпринимательский риск имеет объективную основу из-за неопределенности внешней среды по отношению к предпринимательской фирме. Внешняя среда включает в себя объективные экономические, социальные и политические условия, в рамках которых фирма осуществляет свою деятельность и к динамике которых она вынуждена приспосабливаться. Неопределенность ситуации предопределяется тем, что она зависит от множества переменных, контрагентов и лиц, поведение которых не всегда можно предсказать с приемлемой точностью. Сказывается также и отсутствие четкости в определении целей, критериев и показателей их оценки (сдвиги в общественных потребностях и потребительском спросе, появление технических и технологических новшеств, изменение конъюнктуры рынка, непредсказуемые природные явления).

Предпринимательство всегда сопряжено с неопределенностью экономической конъюнктуры, которая вытекает из непостоянства спроса-предложения на товары, деньги, факторы производства, из многовариантности сфер приложения капиталов и разнообразия критериев

предпочтительности инвестирования средств, из ограниченности знаний об областях бизнеса и коммерции и многих других обстоятельств.

Экономическое поведение предпринимателя при рыночных отношениях основано на выбираемой, на свой риск реализуемой индивидуальной программе предпринимательской деятельности в рамках возможностей, которые вытекают из законодательных актов. Каждый участник рыночных отношений изначально лишен заранее известных, однозначно заданных параметров, гарантий успеха: обеспеченной доли участия в рынке, доступности к производственным ресурсам по фиксированным ценам, устойчивости покупательной способности денежных единиц, неизменности норм и нормативов и других инструментов экономического управления.

Риск - категория воспроизводства, всех его фаз и моментов, - от покупки необходимых средств производства (машин, оборудования, сырья и т.д.) до изготовления товаров и их реализации.

Риск играет важную роль при принятии решений в условиях конкуренции. Проявляясь в неоднозначности возможных результатов осуществления предпринимательских проектов, он выступает одним из существенных факторов, усложняющих их подготовку и реализацию.

Принципиальное решение о принятии рискованного проекта зависит для предпринимателя, принимающего это решение, от его предпочтений между ожидаемой доходностью (рентабельностью) вкладываемых в этот проект средств (в среднем за значительный период времени) и их надежностью, которая в свою очередь понимается как нерискованность, вероятность получения доходов.

Инвестиционное решение называют рискованным или неопределенным, если оно имеет несколько возможных завершений (исходов). Риск (возможная опасность) - это ненадежность, свойственная процессу извлечения прибыли от инвестиций, а следовательно, и вероятность потери средств, вложенных потенциальным инвестором. Под неопределенностью понимается неполнота или неточность информации об условиях реализации инвестиционного проекта (например, об инфляции, изменениях в технике и технологии, неправильный расчет проектной мощности, сроков строительства и эксплуатации объекта, затрат и результатов), недооценка социально-политической ситуации в стране и др.

Различие между риском и неопределенностью заключается в том, что риск присутствует, когда вероятность последствий оценивается на основе данных предшествующего периода, неопределенность - когда такую вероятность определяют субъективно из-за отсутствия или неполноты данных прошлого (предшествующего) и последующего периодов. В любом случае прогнозы будущей экономической обстановки (инфляции, процентной ставки, спроса и предложения, производства и реализации и др.) могут быть лишь приблизительными, неточными вследствие неопределенности будущего, поскольку на основании данных прошедшего периода возможно определить лишь прошлую тенденцию развития, которая может быть экстраполирована (распространена) в неопределенное будущее.

МОДЕЛИРОВАНИЕ, АНАЛИЗ И РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В настоящее время применение современных информационных технологий является одним из главных инструментов повышения эффективности бизнеса. Интерес и понимание роли информационных технологий в повышении эффективности деятельности предприятий, повышения конкурентоспособности производимой продукции растет как у зарубежных фирм, так и у российских промышленных предприятий.

Эффективность производственно-технического, экономического, стратегического, прогрессивного развития промышленного предприятия во многом зависит от уровня информационного потенциала производства и эффективности его использования. Система управления предприятием реагирует на отсутствие, недостаток или неадекватность информации и это выливается в несовершенство ее работы.

Невозможно, как с практической, так и с теоретической точек зрения исследовать и описать все фактически существующие потоки информации на предприятии. Необходимо осознать, что информационные каналы возникают ежеминутно и ежесекундно в десятках и сотнях мест, и лишь ничтожная их часть связана с разработкой специальной документации. Эти информационные потоки неустойчивы, они изменяются в соответствии с производственной, экономической и иных ситуаций, имеют устойчивую тенденцию к модификации по мере развития предприятия. Только часть документации предприятия может и действительно отражает наиболее важные и устойчивые информационные каналы, но чтобы исследовать информативность документооборота для каждого пользователя данной документации, необходимо построение информационной системы, позволяющей быстро и точно информировать всех заинтересованных пользователей.

Информационная система предприятия - взаимосвязанная совокупность действий предприятия в рамках существующего информационного пространства в результате принятия внутренних управленческих решений на базе интегрированного использования возможностей его аналитических объектов по переработке внешних и внутренних информационных потоков.

Как показывает мировой опыт, внедрению на предприятии информационных систем должно предшествовать серьезное функционально-информационное обследование предприятия, с целью определения оптимальности процессов, распределения ресурсов между функциями и т.д. Для этого, с помощью различных инструментов создается бизнес-модель предприятия. В настоящее время проработаны ряд методологий, позволяющих взяться за создание функционально-информационного описания бизнес-процессов предприятия.

Систему управления предприятием, можно представить, основываясь на группировке по следующим трем видам процессов: бизнес-процессу, субпроцессу бизнес-процесса, видам работ. Т.е., систему управления предприятием можно представить в виде схемы, последовательность уровней которой соответствует каждому центру ответственности от высшего уровня управления, до низшего. Единого перечня бизнес-процессов, выступающих в качестве объектов учета расходов, рекомендовать невозможно, т.к. он зависит от организационных и технологических особенностей предприятий и является индивидуальным.

Одна из методологий, позволяющих взяться за создание функционально-информационного описания бизнес-процессов предприятия - методология IDEF/0 (руководящий документ Госстандарта РФ "Методология функционального моделирования IDEF/0") - методология функционального которая является составной частью SADT и позволяет описать бизнес-процесс в виде иерархической системы взаимосвязанных функций.

Метод IDEF/0 предназначен для функционального моделирования, то есть моделирования выполнения функций объекта, путем создания описательной графической модели, показывающей что, как и кем делается в рамках функционирования предприятия. Функциональная модель представляет собой структурированное изображение функций производственной системы или среды, информации и объектов, связывающих эти функции.

Функциональная модель предприятия является основой для проведения анализа существующих бизнес-процессов, который зачастую приводит к выводам о необходимости их перестройки как технологической, так и организационной. Задача такой перестройки состоит в том, чтобы повысить эффективность функционирования организации - увеличить прибыль, снизить издержки, повысить качество продукции, поднять производственный потенциал и т.д. Организационную и технологическую перестройку процессов, составляющих в совокупности деятельность организации, принято называть реинжинирингом. Результатом проведения этих работ является разработанная функциональная модель предприятия "как должно быть", описывающая более совершенную технологию выполнения процессов, а также база данных о процессах, материальных и информационных потоках, ресурсах, доступная для анализа. Кроме анализа и реформирования бизнес-процессов, на основе формализованного описания бизнес-процессов можно решать целый ряд задач, таких как:

- проектирование информационной инфраструктуры, процедур и регламентов информационного взаимодействия;
- разработка регламентов и процедур обеспечения качества продукции и создания систем обработки данных о качества;
- разработка систем документооборота, СТП, должностных инструкций и др.;
- задачи анализа рисков в плане информационной безопасности.

Таким образом, реинжиниринг бизнес-процессов позволяет упростить создание сложнейших систем с автоматизированной деятельностью предприятий с многообразием направлений деятельности, видов продукции, способов организации бизнеса в различных секторах рынка.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПОИСКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ БАЗАХ ДАННЫХ

Одной из важных тенденций при ведении бизнеса является глобализация внешнеэкономической деятельности. Эта тенденция охватывает все секторы экономической сферы: промышленность, финансы, научные исследования, услуги и другие. Грамотное и эффективное применение современных информационных технологий и систем коммуникации (интернет, электронный обмен данными, электронная почта и т.п.) Способно вывести бизнес на качественно новый уровень. Крупные компании, предприятия среднего и малого бизнеса используют Интернет в основном для сбора информации об интересующих товарах, изучения фирм-конкурентов, рекламы собственных товаров и услуг.

Эффективная работа в программно-информационных средах (например, MS Office, Гарант, КонсультантПлюс, Интернет) требует от пользователя знания основных "поисковых" инструментов и умения осуществлять поиск в том или ином информационном пространстве: базах справочно-правовых систем, либо базах по другим предметным областям, созданных под управлением определенной СУБД, либо базах поисковых систем, действующих в Интернете и т.п.

В данной статье основной акцент делается на использовании инструментов поиска в базах данных (списках) Excel, являющейся весьма популярной программой в сфере бизнеса и входящей в состав любой версии пакета MS Office.

Авторами статьи проводился Интернет-анализ предприятия-производителя химических средств защиты растений. Основой для сбора информации и возможного будущего сотрудничества фирм-конкурентов являлся прайс-лист. В последнем все показатели, характеризующие тот или иной препарат (средство защиты растений), группировались по анализируемым группам (гербициды, инсектициды и др.). Основной информационной технологией для анализа был выбран табличный процессор Excel. Процедура проводилась в несколько этапов: отбор показателей анализа и формирование структуры сводного прайс-листа как электронной таблицы (ЭТ) в Excel; сбор интересующей информации в Интернет; наполнение сводной ЭТ выбранными показателями, фильтрация ЭТ по разнообразным критериям.

Поиск информации в Интернет осуществлялся по нескольким ключевым характеристикам: производителю, наименованию препарата, виду тары, виду оплаты. Технология поиска зависела от используемой машины поиска (Rambler, Aport, Yandex). Применялись все виды поиска: естественно-языковой(простой), строгий (с языком запросов), расширенный поиск.

Современные компьютерные технологии, ориентированные на конечного пользователя, как правило, имеют удобный и наглядный интерфейс, не требуют специальных знаний по программированию, доста-

точно универсальны. Среди них можно выделить два *типа* программных продуктов, рассчитанных на работу с базами данных экономических объектов: *специализированные* пакеты (1С, Project Expert, Бэстофис и др.); программы *универсального* характера. Последние успешно применяются конечным пользователем для создания собственных разработок: текстовых документов, электронных таблиц, баз данных, ориентированных на конкретную предметную область. Как правило, такие разработки намного дешевле, чем при использовании дорогостоящих специализированных программ, занимают меньший объем памяти компьютера и при этом не надо следить за обновлением специализированной системы.

Excel располагает тремя инструментами поиска и фильтрации данных в *ЭТ-стисках*: Форма, Автофильтр и Расширенный фильтр (встроены в пункт меню Данные). При выполнении обычных операций с данными (поиске, сортировке и др.) список автоматически распознается как *база данных*.

Грамотное и рациональное применение пользователем перечисленных инструментов может существенно повысить эффективность работы в Excel. Проведем сравнительный анализ средств поиска.

Форма данных, автоматически создаваемая по команде Данные / Форма, позволяет очень легко искать (по простому критерию) и редактировать необходимые показатели в списке.

Для работы с небольшими списками или при использовании простых критериев поиска, поиска пустых и непустых полей целесообразно применять Автофильтр (команда Данные / Фильтр / Автофильтр). Этот инструмент обеспечивает быстрый способ скрытия лишних записей, оставляя на экране только те, которые удовлетворяют критериям.

При работе как с формой, так и с Автофильтром достаточно организовать ЭТ в виде списка. Критерии поиска задаются непосредственно в поле (ях) ввода формы или в раскрывающемся списке Автофильтра.

Расширенный фильтр (команда Данные / Фильтр / Расширенный фильтр) немного сложнее Автофильтра, но позволяет накладывать более сложные условия отбора показателей или их компонентов, включая и *вычисляемые* критерии. При использовании этого средства предварительно формируются требуемые области: *Диапазон базы данных* (собственно список); *Диапазон критериев* и при необходимости *Диапазон для извлечения* (в случае, когда требуется копировать найденные показатели). Далее выполняется определенная процедура поиска и выборки данных по указанному (из Диапазон критериев) условию.

Итак, описанные средства поиска - Автофильтр, Форма и Расширенный фильтр - различаются по возможностям использования и подготовке к работе с ними. Технология работы с каждым из инструментов поиска сводится к определенной настройке параметров диалоговых окон команд Автофильтр, Форма и Расширенный фильтр и подробно изложена в [1].

* * *

1. Маршак А.Е. Проектирование электронных таблиц: Учеб. пособие. Сер. Excel-технология для экономистов. Самара: Изд-во Самар. гос. экон. акад., 2002. Ч. 2. Поиск и выборка данных в списках.

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТНОГО ПРОЦЕССА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РАЗЛИЧНОЙ ФОРМЫ СОБСТВЕННОСТИ

Понятие "учетный процесс" выделилось в современных условиях благодаря многолетнему теоретическому и практическому опыту работы предприятий и организаций различных форм собственности.

В соответствии с государственной системой норм и правил организации и ведения бухгалтерского учета при формировании учетного процесса следует помнить что:

- имущество, обязательства и другие факты хозяйственной деятельности для отражения в бухгалтерском учете и отчетности подлежат оценке в денежном выражении;

- бухгалтерский учет имущества, обязательств и фактов хозяйственной деятельности ведется в валюте Российской Федерации - в рублях. Записи в бухгалтерском учете по валютным счетам предприятия, а также по операциям с иностранной валютой производятся в рублевых суммах, определяемых путем пересчета иностранной валюты по курсу Центрального банка РФ, действующему на дату совершения операции.

- каждый факт хозяйственной деятельности должен быть подкреплен соответствующими документами, ведение регистров бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности осуществляется на русском языке, а первичные документы, составленные на других языках, должны иметь построчный перевод на русском языке.

Таким образом, учетный процесс на предприятиях или в организациях любой формы собственности можно представить следующим образом:

1. Текущее наблюдение, измерение и регистрация хозяйственных операций, т.е. документирование фактов хозяйственной деятельности, заключающееся в оформлении или составлении первичных учетных документов.

2. Систематизация и группировка учетной информации, содержащейся в первичных документах, т.е. техническая обработка первичных данных, пригодных как для управления предприятием, так и для составления отчетности. Это в первую очередь, систематизация данных в учетных регистрах (журналах-ордерах, таблицах, машинных носителях и т.п.). Особого внимания заслуживает то, что при хранении регистров бухгалтерского учета должна обеспечиваться их защита от несанкционированных исправлений. Исправление ошибки в регистре бухгалтерского учета должно быть обосновано и подтверждено подписью лица, внесшего исправление, с указанием даты исправления.

Содержание регистров бухгалтерского учета и внутренней бухгалтерской отчетности является коммерческой тайной, а в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, - государственной тайной.

К ВОПРОСУ О ТИПОЛОГИИ СТРУКТУРНЫХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ФОРМ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Лица, получившие доступ к информации, содержащейся в регистрах бухгалтерского учета и во внутренней бухгалтерской отчетности, обязаны хранить коммерческую и государственную тайну. За разглашение которой, они несут ответственность, установленную законодательством Российской Федерации.

3. Составление форм бухгалтерской отчетности, представляющих единую систему данных об имущественном и финансовом положении предприятий и организаций, независимо от форм собственности и вида деятельности. Бухгалтерская финансовая отчетность составляется на основе данных бухгалтерского учета по установленным государством, вышестоящей организацией или самим предприятием формам.

4. Представление и использование учетной и отчетной информации для успешного развития финансово-хозяйственной деятельности предприятия и оперативного принятия управленческих решений, а также для доступа к ней внутренних и внешних пользователей. Первичную стадию в учетном процессе - наблюдение, измерение и запись операций в документах, в результате которой исходная информация регистрируется в документах, называют "первичным учетом", который предполагает, что на предприятии на основе изучения объектов учета, структуры производства и управления создается структурное подразделение - бухгалтерия.

Следовательно, организация учетного процесса, предполагает в первую очередь рациональную организацию бухгалтерского учета, которая рассчитана на то, что на предприятии на основе изучения объектов учета, структуры производства и управления:

- установлены виды первичных документов;
- составлен перечень документов с указанием названия и номера формы;
- определены содержание каждого из документов и требований, предъявляемых к этому содержанию исходя из имеющейся техники и способов составления первичных документов, обработки и группировки учетных данных;
- определено оптимальное количество экземпляров документов;
- обеспечено правильное распределение обязанностей по составлению и обработке документа между службами или работниками предприятия;
- определен порядок и сроки составления и прохождения каждого документа.

Поэтому построение учетного процесса неразрывно связано с организацией бухгалтерского учета на предприятиях независимо от форм собственности и организационно-правовых форм, которые можно рассматривать как совокупность действий лиц, на которых возложена обязанность по управлению бухгалтерским учетом и его конкретным ведением, по достижению внутренней упорядоченности, согласованности, взаимодействия элементов учетного процесса.

Учитывая вышеизложенное, можно отметить, что основными элементами учетного процесса являются: документооборот, технология обработки учетных данных, отчетность, инвентаризация, структура и функции бухгалтерского аппарата.

Проблема типологии структурных форм предприятий возникла как решение части проблемы повышения эффективности функционирования предприятий и их подразделений.

В вопросах типологии всегда встает решение задачи выбора критериев классификации. В данном случае выбрать критерий классификации - значит, установить достаточно универсальную и точную характеристику, которая позволила бы упорядочить совокупность производственных предприятий по их структурным организационным формам.

К таким критериям в данном случае можно отнести:

1. размер предприятия;
2. масштаб выпуска продукции;
3. применяемую технологию;
4. тип стратегии;
5. иерархию функций управления.

Анализ структур предприятий показывает, что существует функциональная зависимость между размерами и дифференциацией структуры предприятия. Более того, выявлено, что существует логарифмическая зависимость между соотношением деятельности административной и операционной, с одной стороны, и числом соответствующего персонала - с другой. Бюрократическая составляющая растет быстрее, чем размер предприятия. Именно здесь берут начало:

- иерархическая диверсификация;
- растущая формализация правил и процедур;
- усложнение механизмов принятия решений.

Все это устанавливает предел расширению предприятий и критерий определения их оптимальных размеров.

Применяемые на предприятии технология, способы расстановки оборудования, характер техники, информации и др. процессов, необходимые, чтобы превратить затраты в выпуск продукции также существенным образом влияют на организационную структуру предприятия. Этот критерий определяет структуру в неразрывной связи с действием предыдущего критерия - масштаб выпуска продукции.

Критерий стратегии влияет на организационную форму предприятия в зависимости от ее типа. Анализ деятельности предприятия показал, что существует четыре типа стратегии:

1. Оборонительная стратегия, направленная на обеспечение стабильности предприятия в долгосрочном периоде;

2. Стратегия поиска, присущая предприятиям, сконцентрированным на инновациях и использующих для ориентира информацию об изменениях во внешней среде;

3. Стратегия анализа, когда выбор поведения предприятия основывается на анализе успехов и неудач.

4. Стратегия реакции типична для нестабильных предприятий, которые не имеют долговременной перспективы и поэтому вынуждены приспосабливаться раз за разом к изменениям внешней среды.

Типы стратегий подчиняются также внешним факторам, которые в значительной мере детерминируют сделанный выбор, а, следовательно, и внутреннюю структуру предприятия. Так в настоящее время некоторые российские предприятия в целях минимизации налогообложения формируют свою организационную структуру по группам ресурсов: лизинговая структура по оборудованию, персонал, производство, реализация продукции и пр. в составе финансово- производственного холдинга.

В зависимости от критерия "иерархия функций управления" выделяют следующие структурные формы предприятий:

1. Форма командной организации. Она характеризуется высокоцентрализованной структурой с жесткими формальными правилами принятия решений. Она свойственна методам производства, которые основаны на устоявшихся технологиях.

2. Функциональная форма организуется по центрам притяжения с включением каждого уровня в вышестоящий, в распределении заданий и в распространении решений. Получается пирамидальная структура со многими уровнями, с делегированием полномочий от одного уровня к другому.

3. Форма "линейное построение персонала" применяется на предприятиях, использующих передовые технологии, сложные и одновременно гибкие в использовании, так как они могут служить для изготовления многих типов продукции (например, предприятия химических отраслей промышленности).

Сравнивая эти три организационные структуры, мы видим вначале умножение уровней управления и сокращение полномочий на каждом уровне в связи с ростом техновооруженности.

Разделение труда и специализация функций достигают максимума при использовании функциональной формы. Гибкость предприятия, т.е. способность быстро изменить решаемые задачи, сильнее всего у организационной формы "линейное построение персонала".

Подводя итог вышеизложенному, можно констатировать следующее: любое предприятие характеризуется постоянством его составляющих. Но их сочетание, в особенности их иерархизация приводит к широкой дифференциации структуры и организационных форм предприятий. Задачей экономиста в связи с этим является оценка содержания и величины эффективности конкретных организационных форм предприятий и границ целесообразности их применения.

К СОДЕРЖАНИЮ ВНУТРЕННЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ЦЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Под внутренней эффективностью деятельности предприятия мы понимаем эффективность, достигнутую предприятием за вычетом составляющей эффективности, которая получена благодаря рынку (изменение конъюнктуры рынка, цены и пр.) и такой координирующей инстанции как государство (изменение налоговой системы, величины пошлин и др.). В данном случае мы опускаем традиционный и очень простой критерий как максимизация прибыли, поскольку этот критерий делает неразличимым предприятие и рынок, в то время как на самом деле предприятие противостоит рынку и его стихии и вносит в экономические отношения организующее начало (функционирование предприятий на основе прямых договоров, минуя рынок, создание ассоциаций предприятий, финансово- промышленных групп).

В мировой практике существуют следующие подходы к разрешению проблемы содержания эффективности деятельности предприятий, а именно, использование основных положений:

1. традиционной микроэкономики;
2. экономической теории научного менеджмента;
3. теории социально- технической школы;
4. теории школы организационного развития;
5. теории школы человеческих отношений.

Эти подходы породили следующие критерии эффективности:

- процедуры стимулирования участников бизнеса;
- механизмы внутренней координации составляющих предприятия;
- системы информации;
- структуры принятия решений.

Вышеперечисленные способы решения проблемы и критерии породили три больших семейства моделей эффективности:

1. Модели достижения поставленных целей. Основная идея их состоит в том, что эффективность предприятия определяется его способностью достигать заранее намеченных целей.

2. Первому семейству моделей противостоит семейство моделей, где главенствуют системные критерии, обеспечивающие внутреннее единство и гарантию выживания предприятия в изменяющейся среде. Эти критерии содержат, как правило, внутренние характеристики предприятия (качество персонала, продукции, запас ресурсов и др.). Это семейство моделей тяготеет к критерию эффективного внутреннего распределения ресурсов.

3. Последнее семейство моделей построено на бихевиористической (поведенческой) теории. Здесь предприятие использует критерии, позволяющие ей обеспечить минимальный уровень удовлетворения для составляющих его частей (участников бизнеса- собственников, менеджеров, наемных рабочих), мотивы деятельности и цели которых раз-

личны. Если этот уровень не достигнут, напряженность и конфликты, парализуют предприятия, делают его неэффективным. К внутренним составляющим предприятия часто присоединяются внешние - профсоюзы, криминальные группы, местная администрация, правительство.

И, наконец, с точки зрения соотношения внутренней эффективности предприятий и эффективности национальной экономики, эффективность предприятия измеряется увеличением объема его деятельности, экономическим ростом, и следовательно, его способностью замещать рынок. Конечный критерий эффективности, таким образом, состоит в воздействии на окружающую экономическую среду. Эффективно функционирующие предприятия изменяют внешнюю среду к своей выгоде. Это в свою очередь ставит проблему оценки содержания и качества этой выгоды, ее общественной значимости и соотношения эффективности национальной экономики и внутренней эффективности предприятия.

* * *

1. Менар К. Экономика организаций: Пер. с фр. М.: Инфра-М, 1996. 160 с.

2. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия: Пер. с фр. М.: Финансы: ЮНИТА, 1997. 576 с.

А.С. Носов

*Самарская государственная
экономическая академия*

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕФИНАНСОВЫХ КРИТЕРИЕВ ДЛЯ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕС-ЕДИНИЦ

Деятельность подразделений зависит не только от аспектов финансового, но и нефинансового характера - изобретательства, производительности, качества изделий (услуг), отпущенных покупателям (заказчикам), уровня удовлетворенности покупателей и заказчиков обслуживанием. Эти факторы также нуждаются в понимании, совершенствовании и оценке.

Многие организации (как западные, так и отечественные) заняты решением непростой задачи - подбором нефинансовых критериев в дополнение к существующим финансовым показателям. Наибольшая трудность заключается не столько в оценке (измерении) нефинансовых показателей, сколько в определении того, что должно быть оценено, чему следует уделить внимание, а что можно проигнорировать.

В связи с тем, что нефинансовые аспекты деятельности потенциально воздействуют на финансовые результаты предприятия, многие менеджеры пытаются измерить все, связанное с людьми, производственными процессами, продукцией и покупателями. Следует, однако, помнить известный принцип: "Зная все, мы не знаем ничего". Поэтому, измерив все, вместо необходимой информации мы в результате получим обширный массив не всегда годных к использованию данных.

Определение информативного и управляемого набора финансовых и нефинансовых критериев оценки деятельности является одной из ос-

новных проблем управленческого контроля, стоящих перед администрацией предприятия.

Решая эту задачу, прежде всего, необходимо понять ключевые различия между финансовыми и нефинансовыми критериями.

Во-первых, нефинансовых критериев оценки деятельности намного больше, чем финансовых, которые в большинстве случаев регламентированы, стандартизированы и тесно связаны между собой. В сфере нефинансовых критериев оценки деятельности подразделений такой стройности нет. Существует множество критериев оценки качества процессов и изделий: скорость исполнения заказа, удовлетворение требованиям стандартов качества, соответствие или превышение показателей конкурентов, уровень удовлетворенности покупателя.

Во-вторых, связь нефинансовых показателей с конечными результатами деятельности компании может быть определена только на основе статистических данных, сбор которых осуществляется в течение нескольких месяцев или даже лет. Качество продукции подразделения и удовлетворенность тем, как была проведена сделка, могут повлиять на готовность заказчика заключать новые сделки с этим подразделением, что, в свою очередь, скажется на финансовых результатах деятельности сегмента в будущем. Однако установить наличие и степень взаимосвязи между нефинансовыми показателями и, например, размером дохода подразделения достаточно сложно, так как они разделены временным лагом.

В-третьих, нефинансовым критериям свойственна утрата по мере их использования своей репрезентативности. То есть с течением времени объективно оценивать деятельность подразделения с помощью одного и того же нефинансового критерия становится все сложнее. Этому существует несколько объяснений. Например, улучшение подразделением своих нефинансовых показателей, по которым оценивается его деятельность, приводит, крайней мере, к двум последствиям:

а) значения нефинансовых показателей достигают практически максимально возможного уровня и/или

б) различия между нефинансовыми показателями сравниваемых между собой подразделений становятся незначительными.

Примерами нефинансовых критериев, репрезентативность которых снижается с течением времени, могут служить уровень безопасности - для атомных электростанций и даже уровень удовлетворенности обслуживанием покупателей и заказчиков - для предприятий. Отчеты ряда западных компаний свидетельствуют, что уровень удовлетворенности их клиентов уже превысил 90%, и его дальнейшего роста не ожидается.

По мере того, как применяемые методы оценки теряют репрезентативность, компании начинают искать новые нефинансовые критерии оценки деятельности своих подразделений. Некоторые компании вводят показатель уровня "преданности" покупателей и заказчиков в дополнение к ранее существовавшему уровню их удовлетворенности. По аналогии с экономической добавленной стоимостью многие предприятия стали использовать показатель "покупательной добавленной стоимости", который свидетельствует об эффективности работы менеджеров подразделений в глазах основных покупателей компании.

Снижение репрезентативности нефинансовых показателей может происходить не только благодаря их совершенствованию, но и из-за различных уловок со стороны тех, чья деятельность оценивается.

Задача менеджера состоит в том, чтобы определить, когда снижение репрезентативности нефинансового показателя свидетельствует о совершенствовании работы сегмента, а когда - об уловках или прямом обмане со стороны исполнителей. Как правило, менеджеры вместо решения подобной задачи ищут новые, более совершенные и надежные нефинансовые критерии оценки деятельности подразделения.

Разработка нефинансовых критериев - сложная задача, однако без ее решения нелегко заниматься стратегическим планированием деятельности сегментов. Если с помощью финансовых показателей руководству компании удастся оценить результаты прошедшей деятельности подразделения, то нефинансовые критерии позволяют спрогнозировать результаты будущей работы сегмента.

Примером здесь является такой финансовый показатель, как стоимость акций. Предприятия, обладавшие в истекшие периоды высоким рейтингом по этому показателю, в последующие годы могут иметь весьма низкие результаты. И наоборот, акции, прежде не имевшие спрос на фондовом рынке, в силу каких-либо причин могут резко возрасти в стоимости. Неудивительно поэтому, что многие менеджеры рассматривают финансовые показатели своей деятельности как относящиеся к прошлому, как показатели "заднего вида" и ищут нефинансовые критерии, способные предсказать результаты деятельности в будущем.

Рассмотрим подробнее один из нефинансовых критериев - показатель удовлетворенности клиентов. Известны различные методы его расчета. Наиболее простой - метод письменного опроса, при котором какой-либо продукт или вид услуг оценивается потребителем по трех- или пятибалльной шкале. Результаты такого анкетирования трудно связать с финансовыми показателями, и они не могут предсказать поведение клиентов в будущем.

В западной практике существует более сложный показатель уровня удовлетворенности клиента, который связывает изменения удовлетворенности клиентов с финансовыми показателями, а также помогает предсказывать предпочтения клиентов в будущем. Это - американский индекс удовлетворенности клиента. Для его определения используются анкеты, содержащие множество вопросов, ответы на которые оцениваются по десятибалльной шкале с применением статистических методов, что повышает точность и статистическую надежность показателя. При этом оценивается общее удовлетворение покупателей, оправдание их ожиданий и сравнение с идеалом. Получаемый в результате индекс имеет максимальную корреляцию с финансовыми показателями.

Рыночной экономикой выработано несколько правил комбинированного использования финансовых и нефинансовых показателей для оценки деятельности сегментов:

1. Число показателей должно быть больше двух, но меньше шести.

2. В системе показателей должны быть представлены как финансовые, так и нефинансовые критерии оценки деятельности.

3. Нефинансовые показатели должны отвечать следующим требованиям:

а) у сегментов существует возможность их улучшения (совершенствования);

б) они должны контролироваться ответственным лицом, способным принимать меры по их улучшению;

в) они должны быть связаны с финансовыми результатами, то есть улучшение нефинансовых показателей должно вызывать улучшение финансовых результатов.

4. Показатели должны быть взаимозависимы и ограничивать друг друга, однако степень этой взаимозависимости должна быть умеренной. Следует избегать такой ситуации, когда улучшение одних показателей может быть достигнуто лишь в ущерб другим показателям. С другой стороны, при подборе критериев оценки деятельности необходимо помнить, что улучшение одних показателей не должно автоматически приводить к улучшению других.

5. Необходима непрерывная работа по созданию новых альтернативных показателей на случай, если наглядность существующих критериев снизится.

Особенностью нефинансовых критериев оценки является то, что они могут оценивать деятельность организации и ее составляющих, как для внешней, так и для внутренней среды самих организаций. Так удовлетворенность трудом, системой стимулирования работников, одобрение и поддержание ими целей, миссии предприятия и его отделений, ценности фирмы для ее участников является прелюдией для удовлетворенности внешнего партнера: потребителя, заказчика и пр.

В целом анализ различных нефинансовых критериев оценки выявляет очевидную эволюцию, которая выражается в замещении внешних критериев внутренними, а среди последних - во все более явном преобладании критериев, сконцентрированных на отношениях между участниками бизнеса (собственниками, менеджерами, наемными рабочими), а также на процедурах координации их интересов, деятельности и пр.

Е.М. Пименова

*Самарская государственная
экономическая академия*

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

В самом общем виде *финансовую устойчивость* можно охарактеризовать как отражение стабильного превышения доходов над расходами предприятия, обеспечивающего свободным оборот его денежных потоков. Это такое состояние процесса формирования и использования финансовых ресурсов экономического субъекта, которое обеспечивает его развитие на основе увеличения прибыли и стоимости капитала при сохранении соответствующего уровня платежеспособности и кредитоспособности.

Суть анализа финансовой устойчивости достаточно очевидна и предопределяется тем обстоятельством, что любое предприятие имеет множество источников финансирования. Выбирая их величину, состав и структуру предприятие одновременно приобретает определенные возможности и налагает на себя некоторые обязательства.

Оказывается, что предоставление капитала его владельцами заемщикам эта процедура обоюдовыгодна; более того, с позиции заемщика обоснованное привлечение капитала нередко экономически более выгодно по сравнению с дополнительной мобилизацией источников собственных средств. Поэтому возникает проблема оценки способности предприятия отвечать по своим долгосрочным финансовым обязательствам - в этом и есть суть оценки финансовой устойчивости предприятия.

Выделяют несколько типов финансовой устойчивости: абсолютная, нормальная, неустойчивое и кризисное состояние.

Абсолютная финансовая устойчивость встречается в настоящих условиях развития экономики крайне редко и является крайним типом финансовой устойчивости. Она вряд ли может рассматриваться, как идеальная, поскольку означает, что администрация предприятия не умеет, не желает и не имеет возможности использовать внешние источники средств для основной деятельности.

Нормальная финансовая устойчивость предприятия гарантирует его платежеспособность. Успешно функционирующие предприятия всегда используют для покрытия запасов различные нормальные источники средств - собственные и привлеченные.

Абсолютная и нормальная устойчивость финансового состояния характеризуются высоким уровнем рентабельности предприятия и отсутствием нарушений финансовой дисциплины.

Неустойчивое финансовое состояние характеризуется нарушением платежеспособности (перебои в поступлении денежных средств на расчетный счет, снижение доходности деятельности предприятия), так как для покрытия части своих запасов предприятие вынуждено привлекать дополнительные источники покрытия, не являющиеся нормальными (обоснованными). Но при этом сохраняется возможность восстановления равновесия (сохранения платежеспособности) путем пополнения источников собственных средств и дополнительного привлечения заемных средств.

Кризисное финансовое состояние характеризуется ситуацией, когда (кроме вышеуказанных признаков неустойчивого финансового положения) предприятие имеет кредиты и займы, не погашенные в срок, просроченную кредиторскую и дебиторскую задолженность, Предприятие находится на грани банкротства, так как денежные средства, краткосрочные ценные бумаги и дебиторская задолженность не покрывают даже его кредиторской задолженности и просроченных ссуд. В условиях рыночной экономики при хроническом повторении ситуации предприятие должно быть объявлено банкротом.

Финансовая устойчивость предприятия характеризуется системой абсолютных и относительных показателей. Основным исходным показателем устойчивости финансового состояния предприятия является разни-

ца реального собственного капитала (схема его расчета приведена в таблице) и уставного капитала (стр. 410, разд. III бухгалтерского баланса).

**Схема расчета реального собственного капитала
(согласно форме бухгалтерской отчетности за 2001 год)**

№ п/п	Показатели	Информационное обеспечение	
		Отчетная форма	Номера строк (с.)
1	Капитал и резервы	1	с. 490 (итог раздела III баланса)
2	Доходы будущих периодов	1	с.640 (раздел V баланса)
3	Балансовая стоимость собственных акций, выкупленных у акционеров	1	с.252 (раздел II баланса)
4	Задолженность участников (учредителей) по взносам в уставной капитал	1	с.244 (раздел II баланса)
5	Целевые финансирования и поступления	1	с.450 (раздел III баланса)
6	Реальный собственный капитал (п.1 + п.2 + п.3 - п.4 - п.5)		

Если рост собственного капитала превышает его отвлечение, то разница реального собственного капитала и уставного капитала положительна, и, следовательно, выполняется минимальное условие финансовой устойчивости предприятия. Если прирост собственного капитала меньше его отвлечения, то разница реального собственного капитала и уставного капитала отрицательна и поэтому финансовое состояние организации следует признать неустойчивым. В случае определения недостаточности реального собственного капитала усилия должны быть направлены на увеличение прибыли и рентабельности, погашение задолженности участников (учредителей) по взносам в уставной капитал, распределение чистой прибыли преимущественно на пополнение резервного капитала и фондов накопления.

Существует еще два направления оценки финансовой устойчивости предприятия, а именно:

Оценка финансовой устойчивости предприятия исходя из степени покрытия запасов и затрат источниками средств, т.е. из условия:

$$Z \leq (I_C + K_T) - F, (1)$$

где Z - стоимость запасов и затрат предприятия;

I_C^C - собственные средства предприятия (капитал и резервы);

K^T - долгосрочные обязательства;

F - основные средства и прочие внеоборотные активы;

$(I_C^C + K^T)$ - перманентный капитал предприятия.

Оценка финансовой устойчивости предприятия исходя из степени покрытия основных средств и иных внеоборотных активов источниками средств, т.е. из условия:

$$F \leq (I_C + K_T) - Z. (2)$$

Оба направления оценки финансовой устойчивости вытекают из общей формулы устойчивости (т.е. из условия $F + Z \leq I_C + K_T$), которое означает, что вложения капитала в основные средства и материальные запасы не должны превышать величины перманентного капитала.

В основе указанных направлений оценки финансовой устойчивости предприятия лежит показатель собственных оборотных средств. Расчет данного показателя может проводиться двумя способами:

как разница величины собственного капитала предприятия и величины основных средств и прочих внеоборотных активов (либо разница текущих активов и текущих пассивов - см. рисунок):

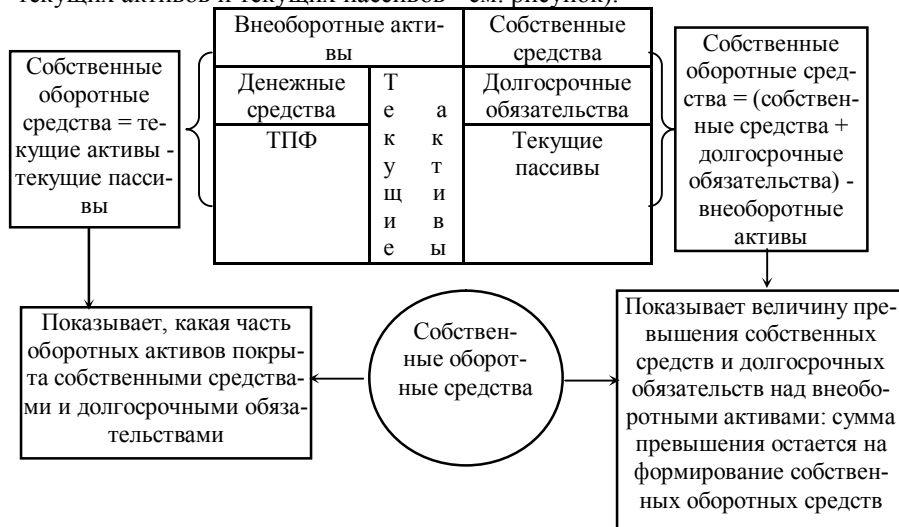


Рис. 1. Схема определения собственных оборотных средств

$$E_c = I_C - F; \quad (3)$$

- как разница величины реального собственного капитала и величины основных средств и прочих внеоборотных активов:

$$E_c = PCK - F - ДЗ_d, \quad (4)$$

где PCK - реальный собственный капитал (см. таблицу);

ДЗ_д - долгосрочная дебиторская задолженность (стр. 230 разд. II баланса).

Использование формулы расчета (3) не всегда позволяет получить результаты, реально отражающие экономическое состояние предприятия. Даже при арифметическом наличии собственных оборотных средств реально предприятие может быть неплатежеспособным. Причиной неточности служит то, что одна из важных составляющих формулы (3) - собственные средства предприятия - не включает величины, собственными средствами не являющиеся, но тем не менее влияющие на платежеспособность предприятия:

- расходы будущих периодов:

- балансовая стоимость собственных акций, выкупленных у акционеров;
- целевые финансирование и поступления;
- задолженность участников (учредителей) по взносам в уставной капитал.

Учитывая данный момент, при определении величины собственных оборотных средств необходимо пользоваться формулой (4), позволяющей получить более точные результаты, соответствующие реальной действительности.

М.В. Попов
Волгоградский государственный
технический университет

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ

При исследовании домашнего хозяйства важное значение имеет анализ функциональных проявлений, через которые раскрывается его сущность как экономической категории.

Как известно, функция есть внешнее проявление свойств какого-либо объекта в данной системе отношений. Функцией определяется та роль, которую определенный социоэкономический институт выполняет по отношению к целому. С точки зрения группы людей, ведущих общее хозяйство функция - это средство удовлетворения потребностей группы. Потребности многообразны: потребности в материальном обеспечении жизнедеятельности, потребности в уважении, общении, потребность в труде т.д. Соответственно, в более конкретном смысле функции домохозяйства есть не что иное, как набор исторически обусловленных аспектов деятельности по удовлетворению своих потребностей.

В научной литературе нет единства взглядов на те функции, которые выполняет домашнее хозяйство и на значимость каждой из них. Вместе с тем, большинство едино во мнении, что необходимым условием функционирования рыночного механизма является выполнение потребительской функции: на микроуровне - это процесс конечного потребления товаров и услуг; на макроуровне - формирование совокупного спроса. Выполнение домашними хозяйствами данной функции зависит от многих факторов: заработной платы членов хозяйства, доходов от собственности, поступлений из системы социальной защиты. Как нам представляется, потребительская функция домашних хозяйств является составным элементом теории потребления, которая формировалась первоначально в рамках кардиналистского (количественного), а затем ординалистского (порядкового) подходов.

Западные экономисты выделяют основной момент в проявлении потребительской функции домашних хозяйств - принятие оптимальных решений, руководствуясь поставленными целями и имеющимися огра-

нениями. Таким образом, домашние хозяйства должны согласовывать свои предпочтения с ограниченным бюджетом.

В наиболее тесной связи с потребительской находится сберегательная функция. Изучение сберегательного поведения домохозяйств имеет длительную историю, и множество работ посвящено различным аспектам этой проблемы.

Наиболее общий подход к определению сбережений заключается в их определении как разности между располагаемым доходом домохозяйства и, его расходами на потребление в течение рассматриваемого периода (обычно в течение года).

Другое достаточно часто встречающееся определение сбережений заключается в их оценке как изменении активов домохозяйства в течение рассматриваемого периода (обычно в течение года), или нетто-сбережения.

Раскрытие сущности сбережений домашних хозяйств находится в тесной связи с проблемами распределения национального дохода на потребление и накопление, с возможностями перераспределения денежных средств на макроуровне, определении роли и места сбережений в воспроизводственном процессе.

Обобщая вышесказанное, можно отметить, что реализация сберегательной функции имеет особое значение для современной экономики России, которая испытывает существенный дефицит инвестиционных ресурсов. Данная функция имеет многочисленные проявления интересов домохозяйств в мотивационном, временном, инвестиционном аспектах. Экономисты отмечают, что опыт последних лет свидетельствует о том, что те резервы денежных средств, которыми располагает население, используется неэффективно, как с позиций их владельцев, так и с макроэкономической точки зрения. Еще менее изученными являются региональные сберегательные стратегии населения.

Не менее важной для домохозяйства является воспроизводственная функция. Следует оговориться, что большинство авторов рассматривают ее, прежде всего как воспроизводство человеческого капитала. Как нам представляется, данный подход может быть расширен в связи с участием домашнего хозяйства в кругообороте доходов и расходов экономики, и воспроизведением всех факторов производства (труд, капитал, предпринимательские способности).

Исследование процесса воспроизводства каждого из этих факторов может составить содержание отдельных работ, однако переход к постиндустриальному, информационному обществу, в котором человеку принадлежит центральная роль, выдвигают формирование человеческого капитала в центр научного интереса.

Трансформация отечественной экономики в последнее десятилетие активизировала производственную функцию домашних хозяйств, которую можно рассмотреть в двух аспектах: как внешнюю, когда речь идет о предоставлении со стороны домашних хозяйств факторов производства на рынки ресурсов, так и внутреннюю, к которой можно отнести хозяйственно-бытовую деятельность.

Внешняя производственная функция может принимать пассивные формы в виде выполнения условий договора найма рабочей силы, и ак-

тивные формы, к которым можно отнести индивидуально-трудовую и частнопредпринимательскую деятельность, индивидуально-семейную торговлю и другие.

Внутренняя производственная функция, на наш взгляд, включает весь спектр занятий по самообеспечению жизнедеятельности членов домашнего хозяйства: доведению приобретенных на рынке товаров и услуг до конечного потребления, ремонт жилья, одежды, обуви; уход за детьми и нетрудоспособными и т.д.

Ко всему сказанному выше, следует добавить, что все выделенные формы производственной функции тесно взаимосвязаны и соотношение между ними, как нам представляется, будет зависеть от факторов, формирующихся как на макро, так и на микроуровне.

Н.П. Реброва
*Омский государственный
институт сервиса*

ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ

Стратегии организаций, занятых в сфере потребительских услуг различны с точки зрения их поведения в конкурентной борьбе.

Конкурентные стратегии должны быть направлены на обеспечение преимуществ в долгосрочной перспективе.

При выборе определенной стратегии необходимо руководствоваться реальными возможностями компании, учитывая ее сильные и слабые стороны. Можно выделить следующие базовые стратегии конкуренции:

- *Стратегия снижения цен на услуги.* Стратегия снижения приводит к привлечению дополнительного числа потребителей, для которых цена является определяющим фактором при обращении за данной услугой. Стратегия предполагает ориентацию на предложения определенного набора стандартизированных услуг;

При этом следует учитывать возможности дифференциации цен, т.е. целевой ценовой дискриминации для потребителей с разным уровнем доходов. Стратегия снижения цен не является одномерной. Фирма может построить ступенчатую систему снижения цен на услуги для студентов, пенсионеров и т. д. Дифференцированный подход позволяет улавливать (или аккумулировать) излишек потребителей у разных социальных групп.

- *Дифференциация услуги* (продуктовое лидерство). Основывается на специализации в предоставлении особой услуги, являющейся измененной версией стандартной услуги. Такая услуга является незаменимой для потребителей в том случае, когда стандартные услуги их не устраивают. В условиях современного рынка, когда ценовая конкуренция становится менее жесткой, очень сложно отличить услуги, предоставляемые компанией, от услуг конкурентов.

**Основные факторы и рыночные условия,
определяющие выбор конкурентных стратегий**

Название стратегии	Преимущества стратегии	Необходимые рыночные условия	Дестабилизирующие факторы и риски
1	2	3	4
1. Стратегия снижения цен на услуги	Уменьшения рыночной доли конкурентов предоставляющих аналогичные услуги по более высоким ценам, ужесточение входного барьера в данную сферу оказания услуг; вытеснение аналогичных услуг за счет более низких цен	Компания обладает большой рыночной долей на рынке и имеет возможность приобрести дешевые материалы; спрос на данную услугу эластичен по цене; компании оказывают стандартизированные услуги, и в существующих условиях отсутствуют эффективные пути ее дифференциации	Копирование и имитация конкурентами методов борьбы; изменение предпочтений потребителей; уменьшение чувствительности потребителей к ценам; появление новых услуг; большое внимание к цене и издержкам могут привести к несвоевременному изменению в характеристике услуг; инфляция издержек
2. Стратегия дифференциации услуги	Дополнительный рост спроса и получение прибыли за счет завоевания предпочтений различных групп потребителей на базе превосходства качества, на основе обеспечения более широкого выбора услуг; ужесточение входного барьера в данную сферу оказания услуг за счет наличия сформировавшихся предпочтений потребителей; вытеснение аналогичных услуг путем укрепления связей с потребителями	Спрос на предоставляемые услуги достаточно разнообразен по структуре: потребители предъявляют спрос на различные варианты оказываемых услуг; конкуренция происходит преимущественно в неценовой области; потребители тратят незначительную часть своего бюджета на приобретение данной услуги; необходимо уметь предвидеть эволюцию рынка	Высокие издержки на создание имиджа услуги, вызывающие значительное повышение цен; при чрезмерной дифференциации услуги, потребитель перестает ощущать различия между услугами; значительные затраты на рекламу, связанные с информированием потребителя об отличительных особенностях услуг; роль фактора дифференциации снижается по мере того, как услуга становится все более привычной
3. Стратегия сегментирования рынка	Дополнительный рост спроса и увеличение доли рынка в целевом сегменте; получение сверхприбыли за счет специализации на конкретном сегменте рынка	Существуют четко определенные группы потребителей, которые имеют различные потребности; конкуренты не специализируются на конкретных сегментах рынка, предпочитают обслуживать все группы потребителей	Различия в характеристике услуги для целевого сегмента и всего рынка становятся несущественным; уменьшение цен на аналогичные услуги, оказываемые компаниями - конкурентами, использующими стратегию снижения цены на услуги; конкуренты концентрируют свою деятельность в подсегменте и вытесняют компанию с данного сегмента

Окончание таблицы

1	2	3	4
4. Стратегия внедрения новшеств	Получение дополнительной прибыли за счет установления высоких цен; блокирование входа в данную нишу за счет владения исключительными правами на данные услуги; гарантированное получение прибыли в течение действия исключительных прав; отсутствие услуг, удовлетворяющих такую же потребность	Отсутствие аналогичных услуг; наличие потенциального спроса на предлагаемые новшества	Большие объемы финансирования; противодействие рынка внедрению нововведений; высокий риск банкротства
5. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка	Получение дополнительной прибыли за счет высокой цены на редкие уникальные услуги	Спрос на услуги неэластичен; "вход" в данную сферу и "выход" из нее не представляет собой трудности; высокая заинтересованность потребителей в приобретении услуги; небольшое количество конкурентов	Высокие удельные издержки; отсутствие долгосрочных перспектив в конкретном бизнесе; отсутствие гарантий в получении прибыли; риск банкротства

- *Сегментирования рынка.* Направлена на обеспечение преимуществ над конкурентами в обособленном и часто единственном сегменте рынка, выделяемом на основе географического, психографического, поведенческого или демографического принципов. Основная идея стратегии заключается в обслуживании компанией своего узкого целевого рынка более эффективно, чем конкуренты, которые ориентируются на весь рынок.

- *Стратегия внедрения новшеств.* Компании сосредотачивают усилия на проектировании необходимых, но неизвестных до сих пор видов услуг, поиске методов организации обслуживания, приемов стимулирования спроса. Главная цель - определить конкурентов и одиночно занять рыночную нишу, где конкуренция отсутствует или ничтожно мала.

- *Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка.* Направлена на максимально быстрое удовлетворение возникающих на рынке потребностей. Основной принцип поведения - выбор и реализация проектов, наиболее рентабельных в текущих рыночных условиях. Компании готовы к немедленной переориентации деятельности, изменения ее масштабов с целью получения максимальной прибыли в короткий промежуток времени.

Для выбора одной из вышперечисленных стратегий компании необходимо владеть информацией.

М. Портер разработал модель "пяти сил конкуренции", определяющих возможность конкурентного воздействия на организацию, занятую в сфере бизнеса.

На рисунке 1. указаны основные силы, которые следует исследовать при выборе той или иной конкурентной стратегии.

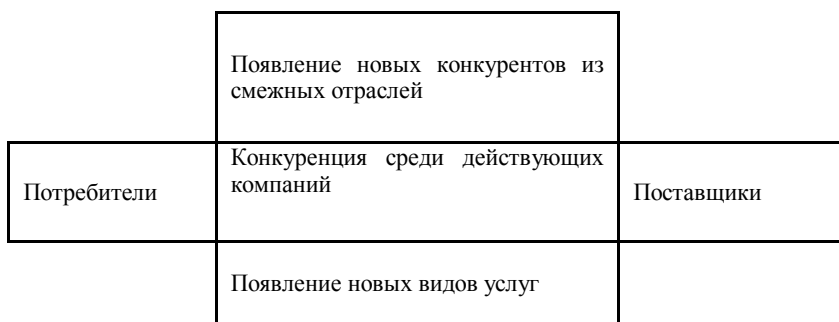


Рис. Модель конкурентных сил М. Портера

Остановимся подробнее на анализе перечисленных рыночных факторах.

1. Появление новых конкурентов на рынке услуг приводит к перераспределению долей рынка, принадлежащих ранее компаниям, оказывающим услуги в данной области. Появление новых компаний, оказывающих аналогичные услуги, приводит к тому, что часть клиентов уже действующих компаний начинает пользоваться услугами новых фирм, что ведет к обострению конкуренции и, как следствие, к снижению цен и уровня рентабельности.

Реальность такой угрозы зависит от уровня "входного барьера" в данную сферу услуг и реакции действующих компаний на появление новых конкурентов.

2. Влияние потребителей на интенсивность конкуренции можно определить за счет исследования следующих условий:

- Потребители данной услуги кооперируются и за счет этого оказывают давление на него под угрозой уменьшения спроса на данную услугу.

- Насколько данная услуга важна для потребителя, что делает его более чувствительным к изменению цен, качества приобретаемой услуги.

- Какова степень стандартизации услуги, которая обуславливает ситуацию, в которой существует большой выбор компаний, оказывающих данную услугу, а значит, отсутствуют существенные препятствия для переключения потребителя на приобретение услуг других компаний.

- Насколько хорошо потребитель информирован о данной услуге, уровне цен, качестве услуг, действующих фирмах, степени организации потребителей (наличие союзов потребителей, специальной прессы, законов о правах потребителей).

3. Влияние поставщиков материалов на интенсивность конкуренции определяется следующими количественными параметрами:

- Количество поставщиков, которые могут определять политику поставок, выбирая наиболее выгодные предложения по поставкам, отказывая нежелательным клиентам;

- Для оказания данного вида услуг необходима незначительная часть материалов, предоставляемых поставщиками, и поэтому изменение цен на данные материалы несущественно сказывается на цене оказываемых услуг;

- Поставляемые материалы играют важную роль в оказании данных услуг, что укрепляет зависимость компании, предоставляемой услуги, от поставщика необходимых материалов;

- Отсутствие эффективных заменителей поставляемых материалов уменьшает возможность выбора и снижает уровень требований к их характеристикам;

- Высокая степень дифференцированности поставляемых материалов является следствием высокого уровня специализации поставщиков, что осложняет поиск для компании других поставщиков аналогичных материалов.

4. Появление новых аналогичных услуг, способных удовлетворять определенные потребности, многообразие услуг представляют важный фактор, влияющий на интенсивность конкуренции. В отношении взаимозаменяемых услуг на рынке действует правило ценовой привлекательности: если цена за одну услугу возрастает, происходит переключение спроса на другую, удовлетворяющую данную потребность, действует эффект замещения. В результате происходит переориентация покупателей на фирмы, предлагающие решение потребительских проблем более дешевым способом. Угроза со стороны аналогичных услуг тем реальнее, чем больше количество эффективных заменителей данной услуги; объем предоставляемых услуг или разница в ценах между данными услугами.

Конкуренция компаний в сфере оказания услуг сводится к созданию условий нейтрализации относительно перечисленных элементов конкурентной среды. Активные средства адаптации к внешним обстоятельствам включают в себя атакующие и защитные действия, направленные на позиционирование компании на рынке услуг; изменение соответствующего равновесия конкурентной среды за счет разработки и проведения специальных стратегических инициатив; диверсификацию и постепенный уход с рынка при высокой агрессивности конкурентной среды.

Достичь превосходства над конкурентами по всем коммерческим характеристикам услуги и средствам ее продвижения на рынке невозможно. Необходимы выбор приоритетов и разработка соответствующей им стратегии конкуренции, учитывающей слабые и сильные стороны компании, акцентируя внимание на усилении в первую очередь собственных сильных сторон.

Аргументированное доказательство наличия опасности или благоприятных возможностей, появляющихся в результате активизации деятельности конкурента, оценка резерва времени, оставшегося до начала действий конкурента, возможное влияние этих действий на важнейшие экономические показатели деятельности компании и его позицию на анализируемом рынке позволяют значительно повысить конкурентоспособность компании на рынке.

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМИ РОССИЙСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Организационная структура - один из основных элементов управления организацией. Она характеризуется распределением целей и задач управления между подразделениями и работниками организации. Специфика организационной структуры во многом предопределяет степень эффективности работы всей организации. Данная взаимосвязь обусловила необходимость анализа организационной структуры управления одного из крупных ульяновских предприятий (условное название - УП).

Анализ организационной структуры управления УП позволил выявить следующие ее особенности и недостатки:

1) Организационная структура построена по линейно-функциональному принципу с высокой концентрацией полномочий высших руководителей. По сложившейся в организации системе любой документ требует согласования и виз со стороны многочисленных функциональных руководителей высшего звена (до 19 подписей), что резко снижает оперативность в принятии решений. В силу того, что у большинства договоров срок согласования внутри организации занимает не менее двух месяцев, в течение последних трех лет порядка 97% договоров было сорвано заводом.

2) Для организации характерен низкий уровень развития эффективных горизонтальных связей. В силу однозначной функциональной специализации подразделений каждая служба предприятия преследует свой узконаправленный спектр целей. При этом объективно существующие противоречия в интересах (производство-финансы-маркетинг), безусловно, обостряются.

3) Наблюдается значительное превышение нормы управляемости. В прямом подчинении генерального директора предприятия находятся 23 руководителя. При общепризнанной норме управляемости в интервале 5-8 человек указанное превышение является весьма значительным и приводит к низкой скорости передачи информации и принятия управленческих решений в организации.

4) Анализ ранга управляющих показал, что высшим рангом обладает должность Главного инженера, что во многом отражает философию высшего звена управления предприятия. В настоящее время наблюдается преобладание производственно-технической и снабженческой функций над финансово-экономической и маркетинговой, определяющее низкую степень адаптации предприятия к изменениям внешней среды.

5) Многие подразделения завода ориентированы не столько на решение проблем адаптации предприятия к меняющимся условиям внешней среды, сколько на решение сугубо внутрифирменных проблем. Так, в Отделе кадров четыре бюро из пяти решают задачи оформления и учета работников, ведения и хранения личных дел. Безусловно, в таком

случае вопросам планирования, адаптации, обучения, аудита персонала уделяется минимум внимания, хотя высокий уровень текучести кадров на заводе обостряет значимость перечисленных проблем.

6) Немаловажной проблемой, во многом определяющей особенности принятия решений, является несоответствие базового образования руководителей функциональных подразделений специфике занимаемой должности. Особенно остро этот вопрос стоит перед экономическими и маркетинговыми службами предприятий. При этом повышение квалификации, соответствующее профилю деятельности, осуществлялось лишь в половине случаев.

7) Несогласованность действий ряда служб предприятия. Так, отсутствие координации в деятельности служб безопасности можно объяснить принадлежностью указанных подразделений к различным функциональным блокам организации, приводящей в итоге к возникновению проблемы дублирования функций.

Специфика сложившейся организационной структуры управления оказывает решающее влияние на бизнес-процессы, протекающие в организации. В частности, можно выделить следующие негативные моменты:

- Отсутствие обоснованной стратегии развития предприятия. В составе организации практически отсутствуют службы, занимающиеся вопросами стратегического планирования. Процессы целеполагания и планирования деятельности предприятия, как правило, охватывают лишь годовой, как максимум, временной интервал и безусловным является приоритет краткосрочных интересов, снижающий вероятность устойчивого развития предприятия в долгосрочной перспективе.

- Реактивное управление. Наличие данного недостатка тесно связано с предыдущим. Отсутствие четкой стратегии развития обуславливает пассивный характер управления, когда руководство работает в режиме экстренного реагирования на возникающие кризисные ситуации, которые стремится погасить любыми средствами, зачастую без попыток понять причины и возможные последствия.

- Чрезмерная централизация в принятии решений. Устоявшейся практикой предприятия в области принятия решений является высокий уровень централизации, когда при принятии решений концептуального характера согласование с руководителями функциональных подразделений носит чаще всего формальный характер. Административное "навязывание" решений ведет к усилению пассивности подчиненных, а при отсутствии внутреннего согласия исполнителя с вариантом решения может являться основной причиной невыполнения даже при наличии всех необходимых средств.

Дополнительная немаловажная особенность организационной структуры - высокая степень ее влияния на формирование организационной культуры предприятия. Бюрократический тип организационной структуры предопределяет формирование *бюрократической организационной культуры*, характеризующейся стремлением создать закрытую организационную систему в целях обеспечения жесткого контроля деятельности работников организации.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В последнее время в России, да и во всем мире проблема выбора подхода к реструктуризации деятельности хозяйствующих субъектов приобретает особую актуальность. В условиях резко и часто непредсказуемо меняющейся рыночной конъюнктуры и жесткой конкурентной борьбы быстрота и адекватность реакции всех систем организации, точность и эффективность операций экономических субъектов приобретают особую значимость.

В процессе осуществления реструктуризации следует также учитывать российскую специфику, когда степень "закостенелости" структуры большинства компаний настолько велика и доля неэкономических (не соответствующих критерию эффективности для экономического субъекта) отношений настолько значительна, что разработка "идеальных" моделей их работы не будет соответствовать ни реальным условиям хозяйствования экономических субъектов, ни реальным рыночным условиям, ни, наконец, потребностям экономических субъектов. Однако будем справедливы, руководители компаний, решившиеся провести реструктуризацию, в большей степени все же заботятся о процветании компаний, нежели о своем собственном благополучии.

Необходимость реструктуризации российских предприятий вызвана историческими причинами. За годы советской власти были построены тысячи промышленных гигантов. В основе их проектирования и организации лежал принцип максимального выпуска продукции и самообслуживания, т.е. включения в состав предприятий всех производств, необходимых для полного изготовления изделий, и всех подразделений технического обслуживания. Как свидетельствует опыт, в рыночных условиях такие предприятия оказываются инертными и неконкурентоспособными.

Процессами реструктуризации отечественные предприятия занимались неоднократно. Одним из первых, послевоенных направлений по реорганизации предприятий стало их укрупнение, когда из средних предприятий начали создавать объединения. Образцом служил Волжский автомобильный завод, структура которого формировалась на базе передовых европейских предприятий. Суть которой заключалась в следующем. Производственные подразделения формировались без функциональных служб из одних линейных руководителей. Функциональные службы были централизованы, а вспомогательные и обслуживающие цеха объединялись в одно производство (корпус вспомогательных цехов).

Однако опыт "ВАЗа" не нашел широкого распространения. Объединения создавались, директора получали звания Генеральных директоров, а структура цехов оставалась прежней.

Следующий этап перестройки - переход на бригадную организацию труда, на хозрасчет и полную экономическую самостоятельность - в

основном касался организационно-экономической перестройки и фактически не коснулся общей структуры предприятий.

С переходом на рыночные условия в 1992 году все предприятия оказались в достаточно трудном финансовом положении, их основная задача была - выжить в складывающихся рыночных условиях.

Реструктуризация в этот период была направлена на отделение подразделений непромышленного характера (детсады, ЖКХ, клубы, подсобные хозяйства, строительство жилья и т.д.)

Однако продолжающееся снижение объема производства при росте стоимости энергоносителей не позволяла предприятиям работать рентабельно, поэтому многие предприятия начали сокращать численность работников, в первую очередь, вспомогательных подразделений, а затем и основных. Объединения начали распадаться на небольшие предприятия, которым было легче выжить. Однако, часть из них попала под банкротство и прекратила свое существование.

После 1998 года начался новый процесс реорганизации предприятий, который был организован новыми собственниками (после сплошной приватизации), которые стали скупать обанкротившиеся заводы, предприятия и создавать или возрождать объединения, холдинги, комплексы и т.д. Ряд из них объединились с финансовым или банковским капиталом, т.е. происходило слияние промышленно-банковского капитала, на базе которого создались промышленные группы (РУСАЛ, ЮКОС), с помощью которых произошло некоторое оживление в промышленности, особенно нефтяной, металлургической, пищевой и ряде других.

В настоящее время произошла смена собственника и для промышленных групп встала задача: обеспечить себе конкурентоспособность не только на внутреннем рынке, но и на внешнем.

Исторически известно, что повышение конкурентоспособности достигается за счет внедрения новой технологии. Однако наши собственники пошли, как всегда, своим путем, они на старом оборудовании решили провести новую реструктуризацию и на этой основе сократить численность работающих и повысить рентабельность.

Реструктуризация заключается в следующем. Предприятия выделяют непрофильные цеха и все вспомогательные подразделения и образуют из них центры обслуживания.

Такой процесс в Европе и на "ВАЗе", как мы отмечали, прошел в 60^е годы и дал в свое время экономический эффект, снизив себестоимость основной продукции.

В настоящее время вспомогательные подразделения настолько ослаблены, в их основные фонды за последние 15-20 лет не вкладывалось, практически, ни одного рубля. Как они будут функционировать самостоятельно - трудно сказать. Единственный путь, по которому вероятно и пойдет данный этап реструктуризации - это объединение вспомогательных подразделений (инструментальных, ремонтных, механических и т.д.) ряда предприятий в один центр. Будет выбираться, например "Русским алюминием" или даже в г.Самаре один из базовых инструментальных цехов. Его делают заводом, перевозят лучше оборудование с заводов других инструментальных цехов и создают завод (центр) по обслуживанию всех предприятий отрасли или региона. При этом набирают и лучших специалистов при незначительных объ-

емах производства, особенно внутреннего рынка. Данный центр вполне сможет обеспечить промышленные предприятия инструментальной продукцией.

Идея прогрессивна на данном этапе, но имеет много проблем, связанных с человеческим фактором (условия труда, привязанность к коллективу, место расположения нового центра и т.д.)

Основной ошибкой организаторов данного проекта является то, что реструктуризация осуществляется, в основном, "верхним эшелонem" сотрудников предприятия, непосредственным исполнителям, специалистам, рабочим не объясняются преимущества данной перестройки (снижение издержек производства и рост заработной платы у специалистов высокой квалификации). Если руководители не учтут указанные недостатки, то данный этап реструктуризации может иметь много конфликтных ситуаций, которые затруднят процесс.

З.Н. Семашкина, Т.Г. Крайкова

*Самарская государственная
экономическая академия*

ОЦЕНКА ДИНАМИКИ ЗАТРАТ НА ОДИН РУБЛЬ ТОВАРНОЙ ПРОДУКЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ ЭЛЕКТРО- И ТЕПЛОЭНЕРГИИ С ВЫДЕЛЕНИЕМ ФАКТОРА ЦЕН

Анализ и оценка затрат на один рубль товарной продукции представляет интерес для предприятия любой отрасли. Для АО "Самараэнерго" - это особенно важно. Во-первых, потому что АО "Самараэнерго" - крупнейшая энергосистема Среднего Поволжья, которое обеспечивает электроэнергией и теплом промышленные, сельскохозяйственные и коммунально-бытовые предприятия Самарской области; во-вторых, уровень затрат на рубль товарной продукции в этой системе влияет на тарифы ее продукции, которая в свою очередь оказывает непосредственное влияние на цены продукции и услуг всех потребителей тепловой и электрической энергии. Кроме того, тарифы на электроэнергию, так и на теплоэнергию практически ежегодно растут (см. таблицу).

Уровень тарифов за 1998-2002 гг.

Тариф за единицу продукции	Единица измерения	Годы				
		1998	1999	2000	2001	2002
Теплоэнергия	Руб. за Гкал	89,77	88,12	122,42	102,99	151,75
Электроэнергия	Коп./кВтч	24,0	28,0	41,0	56,0	73,0

Рост затрат на рубль товарной продукции в эти же годы был не столь постоянным, как рост тарифов (см. таблицу).

Затраты на 1 руб. ТП	Единица измерения	Годы				
		1998	1999	2000	2001	2002
Теплоэнергия	Коп.	72,41	82,08	74,75	104,0	97,53
Электроэнергия	Коп.	89,49	81,34	74,72	87,76	95,65

Анализ структуры себестоимости теплоэнергии за последние пять лет показал, что основную долю в затратах занимает топливо на техно-

логические цели: от 39% - в 1998 г., когда производство было наиболее прибыльным, до 63% - в 2001 г., когда производство стало убыточным.

В производстве электроэнергии топлива на технологические цели занимает также большую долю в общих затратах на 1 руб. товарной продукции: от 49% в 2000 г. до 60% в 2001 г. Как и в производстве теплоэнергии, год с самой низкой топливемкостью производства был самым прибыльным. Отсюда становится ясным, что основным направлением сокращения себестоимости в производстве как теплоэнергии, так и электроэнергии является снижение расходов на технологическое топливо, т.е. сокращение топливемкости.

В свою очередь, общеизвестно, что снижение любого стоимостного показателя в данном случае - топливемкости как части общей материалоемкости зависит от двух причин: зависящих от коллектива предприятия - и, следовательно, управляемых, - показателя в натуральном выражении и независящих от коллектива - неуправляемых - цен. Объем товарной продукции, величина которого вызывает обратно пропорциональное изменение затрат на рубль товарной продукции зависит от тарифов на электро- и теплоэнергию и объема их производства в натуральном измерении; стоимость топлива, как основного элемента себестоимости в этой отрасли - от расхода топлива в натуральном выражении и цен на него. Таким образом, представляет интерес в процессе анализа затрат на рубль товарной продукции выделить и количественно измерить отдельно влияние натуральных показателей и цен на общие затраты на рубль товарной продукции. Для таких расчетов рекомендуем использовать следующую систему формул.

$$I_{\text{Затр}} = \left(\frac{\text{СТП}}{\text{Q}_{\text{нат.ТП}} * \text{Цед}} \right)^i * \left(\frac{\text{Q}_{\text{нат.ТП}} * \text{Цед}}{\text{СТП}} \right)^{i-1} = \text{ИСТП} * I_{\frac{1}{\text{Q}_{\text{нат.ТП}}}} * I_{\frac{1}{\text{Цед}}}$$

$$\text{ИСТП} = \frac{(\text{Топл.нат} * \text{Цед.топл} + \text{Пр})^i}{\text{Топл.нат} * \text{Цед.топл} + \text{Пр}} = \text{ИТопл} * I_{\frac{1}{\text{Цед.топл}}} * \text{ИПр}$$

где - I, Затр., СТП, Q_{нат.ТП}, Цед.топл., Пр соответственно: индекс, затраты на рубль товарной продукции, себестоимость товарной продукции, объем товарной продукции, средняя цена единицы продукции, топливо в натуральном выражении, средняя цена единицы топлива, прочие затраты (кроме топлива) в себестоимости товарной продукции.

Влияние на общее изменение затрат на рубль товарной продукции отдельно натурального объема топлива и цен на него определяется путем решения всей модели, пример которого приведен ниже

$$\text{ИСТП}_{\text{от } \Delta \text{Топл.нат.}} = \frac{\text{Топл.нат.}^i * \text{Цед.топл.}^i * \text{Пр}^i}{\text{Топл.нат.}^{i-1} * \text{Цед.топл.}^{i-1} * \text{Пр}^{i1}}$$

$$\text{ИСТП}_{\text{от } \Delta \text{Цтопл.}} = \frac{\text{Топл.нат.}^{i-1} * \text{Цед.топл.}^i * \text{Пр}^i}{\text{Топл.нат.}^{i-1} * \text{Цед.топл.}^{i-1} * \text{Пр}^{i1}}$$

Расчеты, выполненные по предлагаемой нами методике дали следующие результаты.

Так, в 2002 г. по сравнению с 2001 г. затраты на 1 руб. товарной продукции в производстве электроэнергии возросли на 9%, из них за счет снижения объема произведенной электроэнергии в натуральном выражении затраты возросли на 2%, а за счет роста тарифа на электроэнергию затраты снизились на 23%.

За счет роста себестоимости затраты возросли на 40%, из них за счет увеличения расхода на топливо (основное сырье в производстве электроэнергии) - всего на 21%, в том числе за счет цен на топливо - на 19,4%, за счет увеличения расхода топлива в натуральном выражении только на 1,6%.

Таким образом, в общем росте затрат на 1 руб. товарной продукции (9,0%) влияние цен на топливо и тарифов на электроэнергию составило 8,4% ($1,19 \times 0,77 \times 100 - 100$), а влияние зависящих от предприятия причин: объема производства электроэнергии и расхода топлива в натуральном выражении составило только 3,6% ($1,02 \times 1,016 \times 100 - 100$).

Таким образом, применение на практике рекомендуемой методики даст интересную информацию для принятия управленческих решений, направленных на снижение затрат на 1 руб. товарной продукции.

Р.Е. Синельников
*Самарский муниципальный
университет Наяновой*

ГИБКОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА

В условиях развития рыночных отношений, управленческая практика выработала соответствующие методы воздействия на производственно - хозяйственную деятельность в организациях. Чем сложнее и неожиданнее становится рыночная среда, тем острее предприятия чувствуют необходимость проведения гибкой экономической политики за выживание в конкурентной борьбе.

В системе общефирменного управления наблюдаются четыре ключевых его развития этапа:

- управление на основе контроля за исполнением;
- управление на основе экстраполяции, когда темп изменений ускоряется, но будущее еще можно предсказать путем экстраполяции прошлого;
- управление на основе предвидения изменений, когда начали возникать неожиданные явления и темп изменений ускорился, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя предусмотреть будущие тенденции и определить реакцию на них;
- управление на основе гибких экстренных решений, которое складывается в настоящее время в условиях, когда многие важные задачи возникают настолько стремительно, что их невозможно вовремя предусмотреть.

С ростом уровня изменчивости экономической среды меняются и принципы, на основе которых формируются системы управления как

инструмент адаптации к переменам. Для создания конкурентоспособной продукции на разных стадиях жизненного цикла товара необходима гибкость стратегий по отношению к различным видам продукции.

Гибкость - одно из сложных и важных понятий в экономике и организации производства предприятия.

Гибкость можно рассматривать по отношению к изменениям:

- номенклатуры выпускаемых изделий;
- технологического процесса, состояния основного и вспомогательного оборудования;
- управления гибким автоматизированным производством (ГАП).
- управления предприятием в нестабильной внешней среде.

Соответственно различают операционную, технологическую, производственную и интерактивную гибкость.

Операционная гибкость - это способность производства функционировать при операционных (внешних) возмущениях. К ним относят изменения номенклатуры, объемов производства и размеров партий изделий.

Технологическая гибкость характеризует способность производства функционировать при технологических возмущениях: колебаниях технических характеристик оборудования и инструмента, вариации параметров изделий, простоях оборудования и т.д.

Производственная гибкость характеризует способность производства к быстрой переключке от одного вида продукции к другому. В ГПС обеспечивается выпуск изделий партиями, номенклатура и размеры которых могут меняться по времени. ГПС сохраняют преимущества массового производства (непрерывность и ритмичность) и позволяют существенно повысить производительность труда и качество выпускаемой продукции при сокращении численности работающих. ГПС есть система группового производства, построенная на современных технических средствах (станки с ЧПУ, роботы, транспортно-накопительные и складские системы), обеспечивающая автоматизацию основных и вспомогательных производственных процессов и функций управления.

Интерактивная гибкость - это способность специалистов по управлению гибкого автоматизированного производства (ГАП) и гибких производственных систем (ГПС) к быстрому освоению всех возмущений в производстве и управлении.

Таким образом, гибкость - это свойство производственной системы переходить в пределах технических возможностей из одного работоспособного состояния в другое с целью выполнения очередного производственного задания или новой функции.

Исходя из этого определения выделяются две составляющие гибкости ГПС: число различных состояний, которое может принять ГПС в пределах своих возможностей (n), время перехода из одного состояния в другое (t). Эти показатели влияют на гибкость в противоположных направлениях: с увеличением (n) гибкость системы растет, с увеличением (t) гибкость системы уменьшается.

В развитии ГПС существуют две тенденции. Первая тенденция выражается в создании ГПС из универсальных, многоцелевых и многоинструментальных станков, объединенных единой транспортно-накопительной системой. Каждый станок управляется собственной сис-

темой управления, а вся система станков- центральной ЭВМ, которая может управлять и каждым станком в случае необходимости.

Вторая тенденция заключается в формировании ГПС из специальных станков.

Недостатком первой тенденции является большая стоимость ГПС из-за использования дорогих многоцелевых станков, но большая надежность в работе; недостатком второй является их меньшая гибкость и сложность переналадок при смене деталей или расширении обрабатываемой группы деталей.

Для ликвидации этого противоречия необходимо снижение затрат на создание широкоуниверсального оборудования и определение эффективных областей применения различных видов ГПС.

Гибкие производственные системы по сравнению с поточными методами производства имеют следующие преимущества:

- в ГПС возможно изменение размеров партий деталей в широких пределах маршрутов движения их по рабочим местам;
- в ГПС используется минимум обслуживающего персонала, а в ночное время возможно отсутствие людей;
- в ГПС имеет место высокая загрузка оборудования и максимальное использование площадей.

Однако создание ГПС требует значительных инвестиций.

Внедрение ГПС позволяет существенно сократить число станочников, увеличить производительность оборудования, уменьшить потребность в производственных площадях, сократить длительность производственного цикла и размеры незавершенного производства, улучшить условия труда, упростить оперативное управление и контроль.

В этой связи, с позиции управления под гибкостью можно понимать способность системы к решению нестандартных задач на основе экстренных решений. В современных условиях выживают предприятия, обладающие максимальной способностью приспосабливаться, основанной на глобальном порядке и гибких творческих решениях.

Результатом эффективной гибкой политики управления предприятием в сфере производства и сбыта является повышение диверсификации производства, освоение новых рынков, рост объема производства качественной конкурентоспособной продукции, изменение организационной структуры и трудовых ресурсов предприятия. Номенклатура продукции оказывает определенное влияние на производственную структуру предприятий и управление трудовыми ресурсами. Целью стратегии управления трудовыми ресурсами является создание внутри предприятия надежной команды, игроки которой стремятся достигать результаты, значимые для бизнеса компании.

Среди новых прогрессивных систем управления, активно используемых в последнее время передовыми фирмами развитых стран, следует назвать системы планирования, решающие задачи в режиме реального времени, с учетом стохастических колебаний рыночной среды, системы активизации персонала, (включая системы участия в собственности, прибылях и управлении, системы рационализации, обогащения труда, ротации и др.), системы материального обеспечения и оптималь-

ного использования ресурсов, системы обеспечения конкурентоспособности выпущенной продукции..

* * *

1. Агеев А.И. Командная игра //Экономические стратегии. 2003. № 01.
2. Гончаров В.В. Ключевые элементы управления и их практическое значение. М.: МНИИПУ, 1998.
3. Кузин Б., Юрьев В., Шахдинаров Г. Методы и модели управления фирмой. СПб.: Питер, 2001.

И.И. Сороколет

*Самарская государственная
экономическая академия*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

Обеспечение населения России достаточным объемом продовольствия - стратегически важно - это вопрос государственной безопасности. Если в 1990г. Россия по уровню энергетического содержания продовольствия, потребляемого на душу населения была в первой десятке стран, то сейчас она скатилась на 67 место в мире. Проведенная ускоренная приватизация не учитывала территориальную и отраслевую специфику агропромышленного производства, разрушила десятилетиями создававшуюся интеграцию сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности.

Молоко и молочная продукция являются важными продуктами питания, в то же время, например, валовое производство молока за период с 1990 по 2001гг. снизилось на 41%, и производство молока на душу населения в России в 2001 году составило 228 кг в год. При этом потребление молока и молочных продуктов по сравнению с рациональными нормами питания составило только 56,6%. Это в 1,2-1,8 раза меньше, чем в развитых зарубежных странах.

Недостаток отечественных ресурсов молока и молокопродуктов восполнялся за счет импорта. В формировании ресурсов молока и молокопродуктов доля импорта за последние четыре года устойчиво держалась на уровне 12,4%. Главными импортируемыми Россией молочными продуктами были сыры и животное масло. Импорт животного масла составил в 2001 году около 52% его ресурсов, а импорт сыров, включая брынзу, - 36%. Сократившийся в 2001 году импорт молока был компенсирован ростом импорта молочных продуктов.

С 2001 г. были остановлены тенденции спада производства и созданы предпосылки перехода к устойчивому росту. За последние годы замедлились темпы сокращения поголовья крупного рогатого скота, выросла продуктивность коров. Эти изменения привели к увеличению производства молока в сельском хозяйстве и улучшению сырьевого обеспечения маслосырорядельной и молочной промышленности. Росту производства молока способствовало повышение реальных доходов населения.

Вместе с тем ряд факторов тормозит успешное развитие молочной отрасли животноводства, в первую очередь, ее технологическая и техническая отсталость и тяжелое финансовое положение значительной части сельскохозяйственных производителей и переработчиков. В последние годы не удалось смягчить влияние диспаритета цен на молочную продукцию и промышленные ресурсы отрасли, улучшить кормовую базу молочного животноводства, преодолеть сокращение посевных площадей кормовых культур, сдержать рост импорта молочной продукции.

В молочной промышленности России работают около 2170 предприятий, технический уровень многих из которых не отвечает современным требованиям. Почти 1000 из них размещены в зданиях с износом свыше 70 %, построенных в 50 - 60-х годах. Почти треть молочных заводов не имеют очистных сооружений. На предприятиях молочного комплекса около 47 % рабочих занято тяжелым немеханизированным трудом. 41% оборудования подлежит списанию. Уровень производительности труда на отечественных предприятиях ниже, чем на молочных заводах США в 1,5 - 2,5 раза.

На протяжении длительного времени в стране допускались серьезные диспропорции в создании материально-технической базы. Если в нашей стране соотношение капитальных вложений в перерабатывающую промышленность и сельское хозяйство составляло 1:10, то в США, например, на 1 долл., вкладываемый в сельское хозяйство, приходилось 1,24 долл., вкладываемого в переработку. То есть наблюдалась устойчивая тенденция опережающего наращивания мощностей в пищевых и перерабатывающих отраслях, что, в свою очередь, стимулирует интенсивное производство сельскохозяйственной продукции.

В настоящее время из 8 тыс. наименований машин и оборудования, необходимых для перерабатывающих отраслей, в России производится около 3,4 тыс. И всего 15-19% из них отвечают современным требованиям. Уровень механизации труда в отраслях пищевой промышленности - 40-60%, а во вновь созданных малых предприятиях он еще ниже. Серьезные претензии предъявляют пищевые предприятия к качеству сельскохозяйственного сырья, действующие стандарты на которое устарели.

Перерабатывающие предприятия маслосырдельной и молочной промышленности России пытаются снизить свою зависимость от импортного сырья путем налаживания прямых связей с отечественными производителями. В ряде случаев они выполняют роль интеграторов агропромышленного производства, вкладывая свои средства в расширение отечественной сырьевой базы. Такая политика уже приносит свои плоды. Рост производства молока в России в последние годы обеспечил возможность увеличения производства молочных продуктов. Так, в 2001 по сравнению с 2000 годом промышленное производство молока в стране выросло на 8%, сыров - почти на 15, молочных консервов - более чем на 7%

В 2002г. по сравнению с 2000г. на 11 % сократилось количество убыточных средних и крупных предприятий маслосырдельной и молочной промышленности, выросла общая прибыль этих предприятий.

Но при сохранении сложившихся макроэкономических условий не могут быть достигнуты первоочередные задачи - повышение уровня

среднедушевого потребления основных продуктов питания, создание необходимых организационно-экономических условий для рентабельной работы предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности. При этом возрастает зависимость отечественного продовольственного рынка от импорта сахара, растительного масла, молочных и особенно мясных продуктов.

Чтобы преодолеть сохраняющееся пока кризисное состояние, препятствующее развитию научно-технического прогресса в сельском хозяйстве, пищевой и перерабатывающей промышленности, необходимы разработка и реализация стабильной и гибкой системы государственной поддержки.

И.И. Сороколет

*Самарская государственная
экономическая академия*

АНАЛИЗ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ ОАО "КИНЕЛЬСКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД"

Предприятие "Кинельский молочный завод" согласно Уставу является открытым акционерным обществом. Акционирование было осуществлено в 1992 г. в соответствии с решением трудового коллектива на базе молочного завода "Кинельский".

Основными видами деятельности Общества являются: закупка молока у товаропроизводителей, его переработка, расширение ассортимента, реализация продукции в торговлю; торгово-закупочная деятельность, в том числе комиссионная деятельность с открытием своих магазинов, пунктов, организация складского хозяйства; внешнеэкономическая деятельность; производство, переработка, хранение и реализация сельскохозяйственной продукции.

Основными покупателями продукции ОАО "Кинельский молочный завод" являются такие организации, как ЦУМ "Самара", ООО "Самара-продторг", ТОО "Астро-Волга", ОАО "Маслосырбаза", ЗАО "Тольятинский мясокомбинат", ОАО "Самарапродукт" и другие.

Основными конкурентами ОАО "Кинельский молочный завод" на рынке являются: ОАО "Самара-Лакто", ОАО "Кошкинский молочный завод", ОАО "Красноярский молочный завод", ОАО "Новокуйбышевскоемолоко", ЗАО "Бузаевское", а также молочные заводы других районов Самарской области, миницефа по выработке молочной продукции, установленные в хозяйствах-производителях молока; продукция также поставляется фирмами и дилерами из Чувашии, Татарстана, Башкирии, Пензы, Костромы, Москвы и других регионов.

На "Кинельском молочном заводе" на данный момент насчитывается 7 ассортиментных групп товара, насыщенность составляет 27 позиций товаров. Самой глубокой считается ассортиментная группа кисломолочные продукты, которая насчитывает 7 видов, а наименьшее количество позиций в ассортиментной группе сливки.

Товары находятся на различных стадиях жизненного цикла - этап упадка: творог жирный, масса творожная (жирная), масло сливочное; -

этап зрелости: кефир, молоко, ряженка, "Снежок", сметана, творог нежирный, крем творожный, масса творожная; этап роста: йогурт, масса творожная с изюмом, сыр пошехонский. Основная часть продукции находится на стадии зрелости, рынок нуждается в этих товарах, а для предприятия это означает дальнейшее развитие и процветание на уже имеющихся рынках сбыта.

Одновременно с этим предприятие активно приспосабливается к изменяющимся условиям на рынке, так в структуре выпуска продукции возросла доля новых товаров (товаров на стадии выведения на рынок). Расширение и совершенствование товарного ассортимента - один из основных путей повышения эффективности работы предприятия. На стадии выведения на рынок находятся: бифидок, молоко, кефир, снежок, сметана, ряженка - в коробочках, паста шоколадная, творог с фруктами - в пластиковых стаканчиках.

**Производство молочной продукции по видам в
ОАО "Кинельский молочный завод", т**

Наименование выпускаемой продукции	1998г.	1999г.	2000г.	2001г.	2002г.
Молоко цельное	1647	1030	1214	1759	1829
Кисломолочные продукты	684	654	1208	1591	4047
Творог обезжиренный	241	293	121	287	336
Творог 5%	127	154	55	50	25
Масло	116	103	53	74	135
Сливки 10%	33	31	30	26	13
Сметана	299	290	448	790	921
Обрат	989	566	259	479	790
Сыворотка	948	2186	1236	786	317
Молоко давальческое	9627	8146	5516	2836	1457

Из таблицы видно, что в 1999 г. наблюдалось снижение производства таких продуктов как молоко цельное, кисломолочные продукты, масло, сливки, сметана, обрат. Но, начиная с 2000 года, происходит увеличение производства молока цельного, кисломолочных продуктов и сметаны. Производство творога с высокой жирностью напротив увеличилось в 1999 году, а затем начало снижаться (почти в 3 раза в 2000 году). Производство творожных изделий с низким содержанием жира увеличивается, хотя в 2000 году и наблюдалось снижение. Производство сливок с каждым годом стабильно снижается. Для производства масла до 2000 года было характерно снижение, но в 2002 году началось увеличение производства. Это связано с появлением нового комбинированного продукта "Масло Кинельское", которое стало пользоваться высоким спросом.

На современном этапе к товарному ассортименту предприятий, занимающихся переработкой, предъявляются очень высокие требования. Производимая продукция должна быть натуральной и экологически чистой, сбалансированной по составу и содержанию отдельных компонентов. В продукцию должны вноситься биологически и физиологически активные вещества с целью повышения ее защитных свойств. Максимально должно использоваться вторичное молочное белково-

углеводное сырье (МБУС). Важен выпуск лечебно-профилактической продукции, ориентированной на массовый спрос.

Руководство предприятия постоянно осуществляет поиск новых рецептов, отслеживает и своевременно изучает появляющиеся на рынке товары конкурентов. Планируется выпуск новых видов высококачественной продукции, например простокваши "Любимая". Широко применяются новейшие разработки в области расфасовки и упаковки готовой продукции, особенно в мелкую тару. Все это способствует привлечению новых потребителей и повышению прибыльности предприятия.

Б.Ф.Трахтенберг
Самарская государственная
экономическая академия

РЫНОЧНЫЙ СРЕЗ МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Годы перестройки и смены социально-экономического климата в сфере организации промышленного производства в России по существу, в большинстве случаев, свелись к появлению новых терминов и обновлению понятийного аппарата. Однако они по сути своей не внесли тех координатных изменений, которые бы четко очертили принципиальные положения, однозначно ориентирующие на особенности трансформации принципов организации промышленного производства социалистической эпохи в пространстве рыночной экономики. Вместе с тем современная модель должна не только интегрировать общность составляющих фрагментов, но и в ключе системного многофункционального анализа изменить самую стратегию организации производства, сообразуясь с основными парадигмами рыночной экономики. С этих позиций можно утверждать, *что экономический корабль от берегов условностей, характерных для социалистического хозяйствования, отчалил, однако, к обетованным берегам рыночной экономики еще далеко не причалил.*

В работе предложены и анализируются основные парадигмы, направленные на решение поставленной проблемы.

- Важность выхода, при технологико-экономической оценке эффективности решений, из пространства интересов изготовителя промышленной продукции в пространство ее прямого потребителя. Подобная комбинация должна стать определяющей на всех переделах вплоть до выхода на конечный "пункт" по назначению объекта. Анализ эффективности деятельности предприятий традиционно выполнялся по уровню себестоимости, главным недостатком которой является тот очевидный факт, что она учитывает не более чем затраты на выпуск изделия. Проблемы качества при этом по существу оставались за бортом интересов предприятий. **В условиях рыночной среды определяющим фактором становится конкурентоспособность изделий на внешних рынках**, которая определяется широким спектром показателей качества, не характерных для планово-распределительной системы. *Соответственно и самая структура организации промышленных предприятий должна не только декларативно указывать на важность подобных факторов качества, но и органически включать их в круг интересов*

и предметный анализ при обобщенной оценке эффективности действующих или вновь сооружаемых предприятий и инновационных проектов. В ключе первой парадигмы традиционный оценочный параметр **себестоимость** должен быть трансформирован в "**интегральную себестоимость**", которая включает трудоемкость обслуживания машин в зоне эксплуатации, возобновляемые расходы и **убытки**, связанные с упущенной прибылью.

- **Полномасштабное использование возможностей системного подхода при технолого-экономической экспертизе эффективности действующих или инновационных проектов.** Подобный проект включает:

- необходимость комплексного анализа оптимизируемого объекта;
- учет особенностей оптимизации технолого-экономических систем.

В ключе системного анализа нами предложена обобщенная модель (организационный срез) управления промышленным предприятием в условиях рыночной экономики. Модель включает шесть взаимосвязанных ступеней, которые имеют 16 функционально самостоятельных блоков.

- **Возможно полное использование скрытых информационных битов, которые зачастую незримо** (а, соответственно, и неиспользуемо) **содержатся в традиционных показателях качества.** В настоящее время по определению можно выделить два класса подобных показателей. Это **единичные** (или локальные) **параметры**, характеризующие на качественном или количественном уровне какой-то определенный параметр качества, и **комплексные показатели**, включающие разнохарактерную информацию, которая может быть **однородной и неоднородной.** Нами обоснована необходимость включения еще одного важного класса показателей - **многофункциональные показатели качества.** Их информационная база существенно богаче, чем ранее (десятилетиями) существовавшие представления. В качестве примера анализируется универсальный показатель - **коэффициент использования металла.** Традиционно он используется как **обобщенный показатель**, определяющий суммарную потребность металла и эффективность его использования. Подобный подход предельно непродуктивен. **КИМ является типичным многофункциональным индикатором качества.** Установлено: **важным является не только суммарная оценка по КИМу в масштабе предприятия, но и структура его формирования на последовательных переделах.** При равенстве численного значения КИМа **перераспределение его локальных значений между основными производственными цехами** (кузнечно-штамповочным и механообрабатывающим) заметно сказывается на уровне **трудоемкости, энергоемкости, себестоимости, эксплуатационной работоспособности деталей, а также обоснованности выбора выходного оценочного критерия** (по материальному либо ценовому показателю). **Расширение информационной базы в ключе многофункциональных показателей качества, соответственно, существенно повышает достоверность выбора приоритетных инновационных решений по технолого-экономическим показателям.**

- **Особое внимание к выбору оценочных индикаторов.** В категорию многофункциональных показателей необходимо включить еще три блока индикаторов, которые позволяют с большей достоверностью и результативностью решать оптимизационные технолого- и технико-экономические задачи масштабного характера: это **дуплекс-индикаторы** (включают две разно-

родные по механическим свойствам характеристики, комбинация которых позволяет оценить сплавы по вступлению в область пластической деформации; по предельно допустимой нагрузке, предшествующей началу разрушения; по времени долома в критическом сечении), это **триплекс-индикаторы** (включают три показателя, в совокупности оценивающие относительный уровень дуплекс-индикатора на рубль суммарных затрат) и, наконец, **обобщенные показатели качества - функция желательности и функционал приоритетности** (обеспечивающие в многостадийных, а, соответственно, и многокритериальных технологических процессах выход на оптимальное решение в пространстве изготовителя и пользователя машинной техники).

- **Синтез** изложенных парадигм в ключе трансформации сферы организации промышленных предприятий в рыночных условиях по своей сущностной направленности **сводится к двум пересекающимся положениям:**

- для успешного решения поставленной проблемы специалисты экономического профиля должны иметь необходимый багаж знаний и умений не только экономического профиля, но и четкие крупноблочные представления и ориентиры в технолого-технической сфере и в принципах ее оптимизации;

- аналогично, специалисты технического профиля ... - в экономической сфере и в принципах оптимизации в технолого-экономической сфере.

Их "**комбинаторика**" на промежуточных стадиях маршрутной технологии должна достигаться за счет множественного отсеивания более слабых вариантов, а по конечному результату - гарантировать выход на оптимизированную технолого-экономическую модель производства. Их аккумуляция - надежный гарант сдвига структуры организации промышленных предприятий в пространство интересов рыночной экономики.

К сожалению, озаглавленные положения до настоящего времени не реализованы, в том числе и в ныне действующих образовательных стандартах. Вместе с тем, если руководствоваться достоверными фактами, что хорошо известный лозунг "**догнать и перегнать**" по большому счету выполнен только в эксклюзивных отраслях, то выход на недавно сформулированную **национальную идею России - производство конкурентоспособных товаров - возможен лишь в ключе инновационных экономически самостоятельных магистралей. Это реально достижимо только в едином технолого-экономическом пространстве.**

Е.И. Трубникова

*Поволжская государственная академия
телекоммуникации и информатики*

РАЗРАБОТКА МОДУЛЯ РАСЧЕТОВ В РАМКАХ СОЗДАНИЯ БИЛЛИНГОВОЙ ЭКСПЕРТНОЙ СИСТЕМЫ

Высокие темпы развития новых технологий в области связи, а также появление новых информационных технологий определяют необходимость соотнести стратегические ориентиры в развитии систем расчетов с клиентами за услуги связи требованиям завтрашнего дня.

Под системами расчетов за услуги электросвязи (в отрасли прижилась аббревиатура АСР - автоматизированная система расчетов, иностранный термин -биллинговая система) необходимо понимать комплекс организационно-технических средств, предназначенных для учета предоставленных услуг электросвязи и проведения расчетов с клиентами в соответствии с действующими в стране нормами на платежный (банковский) документооборот.

Место и роль АСР в характерной для большинства российских операторов системе отношений субъектов расчета могут быть описаны следующей схемой: Поставщик услуг связи организует предоставление клиентам отдельных услуг из его полного номенклатурного перечня. АСР учитывает потребляемые клиентом услуги и обеспечивает формирование и отсылку платежных документов клиенту, прием и учет поступившей оплаты в соответствии с объемом потребления. Новые услуги вводятся, как правило, путем волевых административных решений, что влечет за собой модернизацию или перенастройку системы расчетов, которая остается лишь пассивным инструментом в бизнесе оператора, обеспечивая простейшие операции расчета потребителя с поставщиком.

Среди основных функций (подсистем) АСР можно выделить: функции работы с данными и функции работы с клиентом. Функции работы с данными: прием данных с аппаратуры учета услуг связи в специфическом для каждого вида стационарного оборудования так называемом исходном формате. Преобразование к унифицированному виду формата CDR (call data record). Накопление, первичная тарификация и архивация CDR; в соответствии с договором клиента и установленным расчетным периодом проведение окончательной тарификации, печать и рассылка счетов для оплаты, прием данных об оплате и определение состава должников; ведение тарифных справочников, учетных данных о клиентах, перечней услуг и другой нормативно-справочной информации.

Функции непосредственной работы с клиентом и информационно справочные функции, связанные с основным бизнес - процессом оказания услуг: уведомление должников о необходимости погашения задолженности, организация работ по приостановлению (или возобновлению), действия договора на пользование услугами, претензионная работа.

Один и тот же клиент может быть потребителем множества услуг от нескольких операторов. В данных условиях у системы расчетов появляются активные функции, абонентские пункты в дополнение к информационно - справочным функциям, работе с претензиями и должниками приобретают функции продажи и продвижения новых услуг. Становится жизненно необходимым не просто учесть предоставленные услуги и рассчитать их стоимость, а анализировать структуру клиентов, их трафик, дисциплину платежей и т.п. В нашей стране, с ее нестабильной экономикой и перманентными финансовыми кризисами, особенно актуальны технологии, позволяющие собрать деньги за предоставленные услуги. Лишь при серьезной аналитической работе можно наращивать доходы на конкурентном рынке услуг. Система расчетов при этом должна уметь накапливать необходимые детали, сопровождающие расчеты, и обеспечивать реализацию маркетинговых программ. Перед тем

как предложить услугу на рынок, оператор должен промоделировать тарифный план на прогнозируемом числе клиентов, просчитать себестоимость с учетом возможного объема продажи услуги и лишь затем начать рекламную кампанию. В связи с этим становится возможным использование в биллинговых системах современных методов имитационного и математического моделирования. Тариф услуги должен быть конкурентоспособным, чтобы быть воспринятым клиентом. Услуга, повторно выходящая на рынок с измененным тарифом, может быть отторгнута рынком.

Оптимальным результатом разработки АСР должно быть поступление расчетов из филиалов и структурных подразделений оператора в единый центр. Там же в режиме реального времени должны происходить сбор информации об объемах предоставленных услуг и состоянии их оплаты, а также консолидация баланса. Филиалы и структурные подразделения должны иметь возможность получать из единого расчетного центра всю необходимую информацию для оперативной работы с пользователями и вести соответствующую базу данных своего филиала как часть распределенной базы данных оператора связи.

Автоматизированная система расчетов за услуги связи предназначена для расчета стоимости оказанных услуг связи; расчета пени за просроченную оплату услуг связи; ввода данных о поступившей оплате за оказанные услуги связи; определения списка дебиторов; формирования отчетных документов о количестве, видах и стоимости оказанных услуг связи.

Тарификация услуг связи выполняется на основе постоянного месячного расчетного периода. При проведении тарификации используются картотеки постоянных и разовых услуг, справочники тарифов, величин льгот и ставок налогов, сформированные в данной подсистеме. Для выполнения тарификации постоянных услуг связи используется следующий алгоритм. Весь месяц, для которого выполняется тарификация, разбивается на периоды времени, в течение которых не изменялись следующие параметры: ставка тарифа на данную услугу для данной категории абонента; ставка налога на данную услугу для данной категории абонентов.

Далее для каждого такого периода времени выполняется расчет по следующей формуле:

$$\text{SUMMA} = \text{TARIF} * \text{D} / \text{DM}$$

$$\text{NALOG} = \text{S} * \text{N} / 100$$

Где:

SUMMA - стоимость оказанной услуги;

NALOG - величина налога за данную услугу;

TARIF - тариф, действовавший в течение данного периода;

N - ставка налогообложения, действовавшая в течение данного периода;

D - сколько дней месяца длился данный период;

DM - количество дней в текущем месяце.

После этого следует сложить суммы для каждого периода, и полученные суммы дадут стоимость постоянной услуги за расчетный период.

При тарификации разовых услуг следует использовать тариф и ставку налогов, действовавшие на момент оказания услуги.

При тарификации межгоссоединений используется тариф и ставка налогов, действовавшие на момент оказания услуги, при этом используется защитный интервал 15 сек т.е. соединения продолжительностью менее 16 сек не обрабатываются.

$$SUMMA = (TARIF * T * CT * SR * KA * KD + SD) + SUMMA * N / 100$$

Где:

SUMMA - стоимость оказанной услуги;

TARIF - тариф, действующий в данном направлении;

T - продолжительность соединения в минутах

CT - часовой коэффициент тарифа

SR - коэффициент срочности

SD - стоимость дополнительных услуг

KA - коэффициент учитывающий наличие автоматической связи

KD - коэффициент учитывающий день недели

N - ставка налогообложения, действовавшая в течение данного периода;

При закрытии расчетного периода формируются таблицы с итоговыми данными расчетов.

При этом предлагаемая биллинговая система реализована в виде модулей, которые реализуют 5 уровней TMN - Telecommunications Management Network (эта многоуровневая модель общепризнанна и широко используется для описания систем управления телекоммуникациями): сетевых элементов (Network Element, NE), управления элементами (Element Management, EM); управления сетью (Network Management, NM), управления обслуживанием (услугами) (Service Management, SM), административного управления (управления бизнесом) (Business Management, BM).

Расматриваемый модуль расчета биллинговой системы предоставляет возможность изучения рынка услуг связи (статистика и маркетинг) на основе анализа различной статистической информации, позволяющий осуществить подробный обзор предоставления услуг и развитие коммерческой стратегии предприятия связи, возможность моделирования изменений тарифной политики предприятия связи, путем имитации введения новых цен и скидок и расчета на основе этих данных предполагаемых доходов, с целью определения оптимальной тарифной политики связи.

Е.В. Усова

*Самарская государственная
экономическая академия*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В период рыночных преобразований актуальность проблемы экономической устойчивости предприятия приобрела особую значимость. Роль и значение экономической устойчивости обуславливаются возможностью развития предприятия, рациональностью использования собственных средств в сочетании с привлечением кредитных ресурсов. По мере разви-

тия рыночных отношений все большее значение приобретают экономические взаимодействия, происходящие на микроуровне. Финансовое положение большинства предприятий остается неустойчивым, значительная часть прибыли носит инфляционный характер, не улучшается положение и с платежеспособностью. В настоящее время научный интерес авторов сосредоточен более всего на проблеме финансовой устойчивости предприятия. В условиях рынка финансы предприятия приобретают особенно важное значение. Это положение полностью подтверждается опытом российских предприятий в процессе экономических реформ.

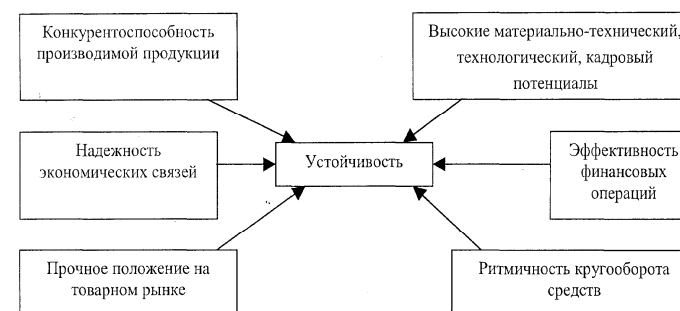
Однако, это слишком узкое направление исследования: оно является частью изучения основной проблемы обеспечения экономической устойчивости предприятия.

Устойчивое развитие предприятия зависит от совокупности таких свойств, как: гибкость и быстрота реакции на изменения конъюнктуры рынка, конкурентоспособность продукции и производства, инвестиционная активность, высокая ликвидность и финансовая стабильность, широкое использование инновационных факторов для саморазвития.

Таким образом, под **экономической устойчивостью предприятия** следует понимать комплекс свойств организационной, инновационной, логистической, производственной, финансово-кредитной деятельности с учетом их взаимовлияния и взаимодействия, а также качество выпускаемой продукции и ее новаторские свойства, научно-техническую развитость материальной базы, стабильность всего спектра ресурсного обеспечения, развитость кадрового и интеллектуального потенциалов, наличие инновационного менеджмента.

Заметим, что предложенное определение в целом соответствует традиционному пониманию устойчивости определенных процессов, однако, учитывая новизну предмета исследования, оно не бесспорно.

Основные факторы устойчивого развития предприятия можно представить в виде схемы:



Основные факторы устойчивого развития предприятия

Поскольку на данном этапе исследование носит преимущественно постановочный характер, то пока можно сделать лишь некоторые общие предположения.

1. Устойчивость процесса реформирования экономики страны определяется по динамическим показателям, характеризующим ее социально-экономическое положение.

2. Для достижения предприятиями устойчивости нужно, чтобы движение их денежных потоков давало возможность рассчитаться с поставщиками, кредиторами и государством.

3. Необходимо обеспечить платежеспособность, ликвидность и кредитоспособность, т.е. нижнюю границу финансовой устойчивости, иначе предприятию грозит банкротство.

4. Система считается устойчивой, если при прочих равных условиях выполняются все запланированные показатели хозяйственной и финансовой деятельности, а возможные нарушения устраняются за счет собственных средств.

Из сказанного можно сделать следующие выводы:

-устойчивость является интегральной характеристикой, предполагающей: наличие основных траекторий развития (целей и стратегий), их ресурсное обеспечение (финансовое, материально-техническое, кадровое), встроенные экономические механизмы, гибкость организационно-управленческих структур;

-в любой ситуации (даже когда она кажется безнадежной) следует рассматривать все возможные исходы и концепции устойчивого развития корпорации -это самое необходимое условие экономического развития на сегодняшний день;

-путь достижения устойчивого развития - это стремление жить по средствам, а не по потребностям;

-без стабильной собственности невозможно никакое устойчивое развитие;

-среди факторов, содействующих переходу к устойчивому развитию, необходимо выделить, прежде всего, инвестиции, ибо везде и всегда базой устойчивого роста являются инвестиции, особенно внутренние, т.е. рекапитализация полученных доходов;

-на практике предприятия чаще стремятся к достижению положения устойчивого равновесия, которое сохраняется, несмотря на влияние негативных внешних и внутренних факторов. При этом не снимается проблема выбора стратегии.

Сегодня исследования ведутся главным образом на макроэкономическом или региональном уровне, хотя устойчивость мировой экономики или региона невозможна без устойчивого развития отдельных предприятий. Однако для микроуровня эта проблема еще недостаточно проработана как в теоретическом, так и в практическом плане.

Р.Г. Фахретдинов

*Самарская государственная
экономическая академия*

ЖИЗНЕСПОСОБНОСТЬ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ В СОВРЕМЕННОЙ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

В результате проведенной на селе приватизации каждый его житель, хотя часто формально, стал собственником определенной доли материальных и денежных средств и наделенной ему земельной площа-

ди. Теоретически цель достигнута. У каждого фактора производства появился хозяин, заинтересованный в наилучшем его использовании. Появилась возможность вести хозяйство прямо, лицо или коллектив осуществляющий хозяйственную деятельность получили право неограниченного, абсолютного, полного обладания имуществом, властью юридического или физического лица над имуществом, не требующей какого-либо иного права, кроме права собственности. Созданы условия для полнокровного, с точки зрения маржинальной теории, проявления эффектов частной собственности. Во-первых - эффект, стимулирующий к наилучшему использованию наличных ресурсов; во-вторых - эффект накопления капитала, поскольку возможность присвоения результатов предпринимательской деятельности побуждает последних к преумножению источников своих доходов (побуждение к инвестированию за счет внутренних и внешних источников); в-третьих, - психологический эффект, гордость предпринимателя за свои достижения.

Однако анализ практики показывает, что в настоящее время ни один из этих эффектов не реализуется в полной мере. Об этом свидетельствуют многочисленные факты, изложенные в периодической печати. Например, к началу 2000 года (это девятый год реформ) на Псковщине новыми хозяйственными формированиями не доиспользовались 63 % основных фондов, вдвое сократилось поголовье скота, на 40 % - посевные площади¹. Аналогичная тенденция характерна и для других областей Российской Федерации². Это, на взгляд автора, является следствием "ускоренной приватизации". Постепенность, поэтапность преобразований могли бы обеспечить более безболезненный переход от общей собственности к частной, поскольку это позволило бы сформировать как внутренней, так и внешней экономической среды для полнокровной реализации частной собственности. По этой причине в настоящее время, по крайней мере относительно земли, можно утверждать, что не срабатывает система экономических интересов, проявляющиеся по схеме: "собственность на землю" -> "пользование землей" -> "доход собственника и землепользователя". Более того эта, отстаиваемая авторами реформ для данного случая, схема не проводит различия между отношениями собственности на землю и отношений хозяйствования на ней. На взгляд автора, собственность на землю лишь фиксирует ее наличный производительный потенциал, являющийся естественной основой экономического проявления доходности. Доходность конкретного участка земли может проявить себя реально лишь в процессе ее производительного использования. Основным показателем является величина чистого дохода с единицы земельной площади, а это зависит не столько от формы собственности, сколько от экономических условий хозяйствования. Эта проблема составляет единство только в том случае, если собственник и предприниматель соединены в одном лице.

¹ См.: Поререформенное развитие форм хозяйствования в аграрном секторе Псковщины// Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2000. № 6. С.41.

² Бивалкевич В. Рациональное землепользование сельскохозяйственных земель: проблемы и решения// АПК: Экономика и управление. 2002. № 5. С. 89-93.

Реальная ситуация, сложившаяся после приватизации земель в Российской Федерации не обеспечивает непосредственного соединения землевладельца и землепользователя, поскольку в результате паевого распределения около 45 % земель оказались в собственности тех, кто их обрабатывать не сможет и не будет¹. Это учителя, врачи, пенсионеры и работники социальной сферы на селе. Единственный механизм вовлечения этих земель в хозяйственный оборот - аренда. Но тогда собственник лишь опосредованно сможет влиять на условия эффективности использования земли. Далее, этот безусловный факт во-первых, - противоречит основному девизу приватизации: "нельзя владеть земельным участком не осуществляя его хозяйственного использования". Во-вторых, - если он обязывает собственника, в случае невозможности личного использования своей земли, обязательно сдавать ее в аренду, то контролирующей этот процесс орган (очевидно государство) должен создать для этого соответствующие условия. А именно - способствовать поддержанию: спроса на аренду земли; цены продукта земли на уровне, достаточном для покрытия затрат и получения доходов как предпринимателями, так и собственникам земли. Эти функции государство на данный момент не выполняет.

В сложившейся ситуации более актуальной является не проблема собственности на землю, а становление предпринимателя. В процессе реформирования важнее возродить предпринимательские функции. На начальном этапе решение этой проблемы связывалось со всеобщей фермеризацией. Предполагалось, что фермерское движение станет массовым, если государство поможет им сформировать стартовый капитал. Была уверенность в том, что фермерские хозяйства будут дальше развиваться на своей собственной материально-технической и финансовой основе. На первом этапе реформ фермерское движение действительно получило значительное развитие (от 4,4 тыс. хозяйств в 1991 году до 280 тыс. хозяйств в 1996 году). Но затем наблюдалась стабилизация, а далее даже дефермеризация (на 2001 г. 261,7 тыс. хозяйств). Последнее явление, не согласуется с эффектом частной собственности. Ведь единичная собственность, представленная фермерами представляет наибольшую свободу производственной и коммерческой деятельности и наиболее полно отвечает условиям совершенной конкуренции.

Неудовлетворительные результаты официального курса на фермеризацию объясняются как экономическими, так и социально-психологическими факторами. С экономической точки зрения он был предсказуем тем, что дробление созданной десятилетиями материально-технической базы под крупные хозяйства было физически неосуществимо и экономически не целесообразно. Да и размеры доставшихся паев земли не позволяли создать конкурентоспособное индивидуальное хозяйство. Расчеты экономистов и зарубежный опыт показывает, что эффективное хозяйство может быть организовано на земле не менее чем 100 га. В социально-психологическом плане, проведенные экономистами

ми исследования показывают, что около 45 % сельских жителей профессионально и физически не готовы к самостоятельной предпринимательской деятельности в области сельского хозяйства. Трудовая этика и морально-нравственные ориентиры, сформировавшиеся у сельских жителей в течение трех-четырёх поколений, не соответствуют нормам предпринимательства и правилам поведения на свободном рынке¹. Поэтому ожидать массового появления конкурентоспособных фермерских хозяйств на существующем базисе вряд ли возможно.

В.В. Фионин

*Самарский государственный
технический университет*

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ПЛАНИРОВАНИЕМ В КОНКУРЕНТНЫХ УСЛОВИЯХ

Одним из проявлений диалектического взаимодействия противоположностей в экономической жизни являются взаимосвязи рыночных плановых механизмов регулирования деятельности фирмы (предприятия) как первичного ее звена. Предприниматель осознанно определяет основные направления внутрифирменной деятельности, следовательно, внутренняя природа фирмы основывается на системе плановых решений.

Планирование как система волевых, сознательно принимаемых решений развивается во внутренней деятельности фирмы по следующим причинам: ограниченные размеры фирмы позволяют контролировать действия, происходящие внутри нее, и таким образом сводить к минимуму неопределенность рыночной среды и ее негативные последствия; применяя планирование, фирма устраняет те издержки, которые она могла бы иметь, если бы все действия внутри фирмы совершались на основе купли-продажи.

При переходе к рыночной экономике видоизменяются многие экономические категории и функции, в частности планирование деятельности предприятия. Планирование как функция фирмы остается, но при этом его конечная цель, виды и методы сильно изменяются. Так, функция "планирование", перерастая в категорию "стратегический менеджмент", да и само планирование производственной деятельности выходят на принципиально новый уровень.

В условиях рыночной экономики стратегический менеджмент стал одним из важнейших экономическо-организационных направлений с точки зрения практической деятельности предприятия. Служба стратегического менеджмента занимается разработкой стратегии функционирования предприятия в сложных, постоянно меняющихся условиях рынка. Конечной же целью стратегического менеджмента становится получение максимальной прибыли при минимальных издержках.

¹ Наши исследования данных Самарской области показывают аналогичную тенденцию. См.: Лысов Е.Е., Фахретдинов Р.Г. Изменение рентных отношений в земледелии при переходе к рыночной экономике. Самара, 1996. С.8-9.

¹ См: Прауст Р.Э. Порепорформенное развитие форм хозяйствования в аграрном секторе Псковщины// Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2000. №6. С.40.

Первичным в экономическом механизме управления планированием является анализ среды деятельности организации - это процесс определения критически важных элементов внешней и внутренней среды, которые могут оказать влияние на способности фирмы в достижении своих целей. Среда организации определяется как совокупность трех сфер: внутренней, рабочей и общей среды.

Функции анализа среды следующие: учет факторов, влияющих на экономическую организацию и ее будущее с точки зрения стратегического планирования; помогать ей создать о себе наиболее благоприятное впечатление с точки зрения политики фирмы; обеспечивать информацией, необходимой для лучшего выполнения задач с точки зрения текущей деятельности.

Планирование - это не просто умение предусмотреть все необходимые действия. Это также способность предвидеть любые неожиданности, которые могут возникнуть по ходу дела, и умение с ними справиться.

Содержание экономического механизма управления планированием деятельности предприятия определяется следующими принципами: единства, интеграции, координации, непрерывности, гибкости, точности, научности..

Планирование деятельности предприятия представляет интерес для всего персонала, т.к. выявляет правильность составления бизнес-плана, определяет производственные мощности, издержки, связанные с выпуском продукции, оказывает помощь в улучшении организации конкурентоспособного производства.

Планирование - это не просто умение предусмотреть все необходимые действия. Это также способность предвидеть любые неожиданности, которые могут возникнуть по ходу дела, и умение с ними справиться.

Применение планирования создает следующие преимущества: делает возможной подготовку к использованию будущих благоприятных условий для усиления позиции на рынке; проясняет возникающие проблемы в условиях развития выпуска конкурентоспособной продукции; стимулирует менеджеров к реализации своих решений в дальнейшей работе в целях создания конкурентоспособного производства; улучшает координацию действий в организации на микро- и макроуровнях; создает предпосылки для развития квалификации не только менеджеров, но и всего персонала; увеличивает возможности в обеспечении фирмы необходимой информацией для создания устойчивых позиций в конкурентной среде; способствует более рациональному распределению ресурсов на микро- и макроуровнях рыночных отношений; улучшает контроль в организации.

Для проведения анализа и разработки мероприятий необходимо на предприятиях создавать механизм управления снижением издержек и повышением производительности труда на микро и макроуровне в виде центров по управлению качеством, конкурентоспособностью продукции и производства. Эффективность работы подобных центров очевидна. Она направлена на повышение уровня качества производства на предприятии и конкурентоспособности товаров на рынках сбыта.

Планирование повышения конкурентоспособности производства и продукции, представляет одно из важнейших направлений стратегиче-

ского микро- и макроэкономического планирования на современном этапе. Это планирование является современной научной теорией управления предприятием, которая отражает реальность рыночных отношений, направленных на интеграционные процессы, происходящие в развитии производительных сил и производственных отношений. Оно стало развиваться благодаря тому, что погоня предпринимателя за прибылью в современной действительности стала не главной целью этой деятельности, она стала доктринальной, так как была унаследована с начала развития капитализма.

В.И. Фионин, В.В. Фионин
*Самарский государственный
технический университет*

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПЛАНИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОУСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Предпринимательская деятельность основывается на законах рыночной экономики. Это созидательность осуществляется на микроуровне по законам синергии, а на макроуровне - эмерджентности. Данные закономерности взаимоувязываются в деятельности предприятия путем создания целостной системы механизмов управления хозяйственной устойчивости деятельности предприятия.

Хозяйственная устойчивость предпринимательства - это системное понятие целостной организации производственно-коммерческой деятельности предприятия. Во внутренней сфере оно включает деятельность предприятия-производителя по повышению потенциала конкурентоспособности производства, созданию социально организованной культуры управления производством для обеспечения выпуска качественной продукции. Во внешней сфере хозяйственная устойчивость характеризуется расширением рынка по реализации товаров, финансовой деятельностью, приносящих стабильную доходность и расширение зоны влияния предприятия в конкурентной борьбе. Это положение обеспечивает повышение рыночного потенциала предприятия за счет проведения политики рационализации, конкурентной борьбы на товарном рынке. Взаимодействие этих сфер основывается на использовании системы законов первого уровня, таких как единство анализа и синтеза, синергии и эмерджентности, сохранения и развития предприятия. Для второго уровня управления производственно-индустриальным кластерным объединением выявлены законы информированности, упорядочения его деятельности, композиции и пропорциональности с охватом всех стадий продукции одинакового назначения минуя государственные отношения.

Содержание предпринимательства в сфере производства товаров, их реализации на рынке при обслуживании потребителей различными видами услуг, а также посредничества раскрываются путем проведения анализа по моделям их деятельности в виде блок-схем. Среди них наи-

более важной сферой предпринимательской деятельности является производство товаров и оказание услуг.

В настоящее время предприниматели развивают свою деятельность по следующим направлениям.

1. Предпринимательство в сфере производства продукции (товаров), под которым подразумевается изготовление, переработка, производство продукции (товаров), духовных (интеллектуальных) ценностей, благ, подлежащих последующей реализации покупателям, потребителям. К производственному предпринимательству относятся также строительные, сельскохозяйственные работы, транспортные перевозки грузов и пассажиров, услуги связи, коммунальные и бытовые услуги, издание книг, журналов, газет и т.д. (рис. 1.). Таким образом производственное предпринимательство сводится к созданию любого полезного продукта (товара), необходимого потребителям, обладающего способностью быть проданным по определенной цене или обменным на другой товар.

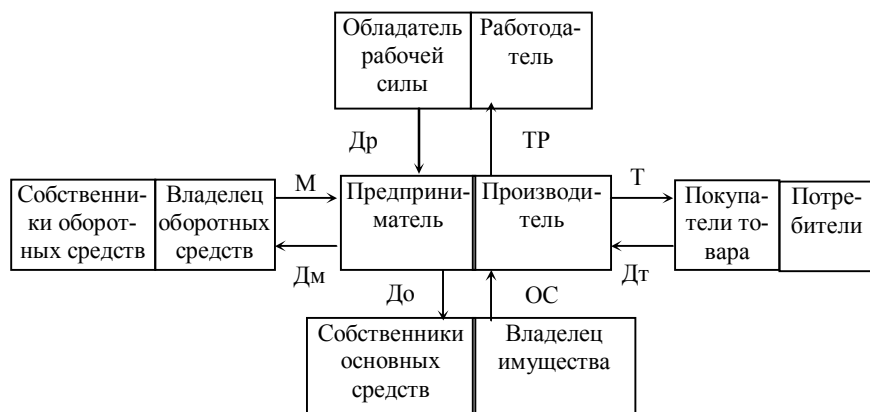


Рис. 1. Блок-схема взаимосвязи производственного предпринимательства с источниками основных ресурсов

Примечание: М, ОС, ТР - материальные ресурсы, основные средства, трудовые ресурсы; Дм, До, Дтр - средства на приобретение соответствующих ресурсов (факторов производства); Т - производимая продукция; Дт - доходы предпринимателя. Задача предпринимателя состоит в том, чтобы производство окупалось, а, следовательно, доход Дт должен превышать расходы Дм, До, Др, а также все дополнительные расходы и налоги.

По этому виду предпринимательской деятельности механизм управления производством на предприятии требует обширной исходной информации о номенклатуре и ассортименте выпускаемой продукции спроса и предложения на товары, реализуемые на рынке, стоимость основного и оборотного капитала, численность работающих, структура издержек производства и себестоимости, длительность производственного цикла, характеристика производственных процессов и технологических маршрутов изготовления изделия, сведения об оборотном капитале и его оборачиваемости, цене выпускаемой и реализуемой продукции, ее рентабельностью и рейтинга.

Предпринимательство в области торговли предполагает куплю-продажу товаров, товарообменные и товарно-денежные операции. Коммерция в узком смысле слова - это торговля, а коммерсант - торговый работник. Это магазины, рынки, биржи, выставки-продажи, аукционы, торговые дома, торговые базы, коммерческие палатки и т.п. (рис. 2).

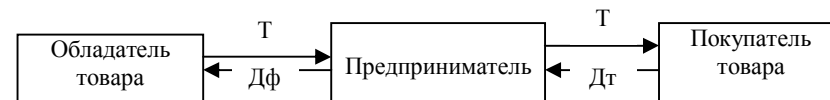


Рис. 2. Блок-схема взаимосвязи участников рыночных отношений по формуле Д-Т-Д

Примечание: Дф - средства на приобретение готового товара, выступающего фактором производства.

Предпринимательство в сфере торговли включает поиск, закупку товара любого вида и типа, обеспечение его сохранности, транспортировку, доставку в торговую точку, продажу товара, а иногда и послепродажное обслуживание покупателя, потребителя, например, доставку на дом, установку, устранение дефектов. Торговля включает и документальное оформление торговых сделок. Эта форма предпринимательства обладает простотой взаимосвязи, ускоренным обращением денежных средств, высоким уровнем рентабельности при условии снижения торговых издержек и улучшения качества обслуживания покупателей путем реализации товаров высокого качества.

Предпринимательство в сфере сервисного обслуживания связано с выполнением работ по сервису автомобильной техники (мойка, диагностика) ремонту, контролю, предоставлением информации. Оно основывается на использовании основных, оборотных средств на правах собственности, либо аренде. (рис. 3).

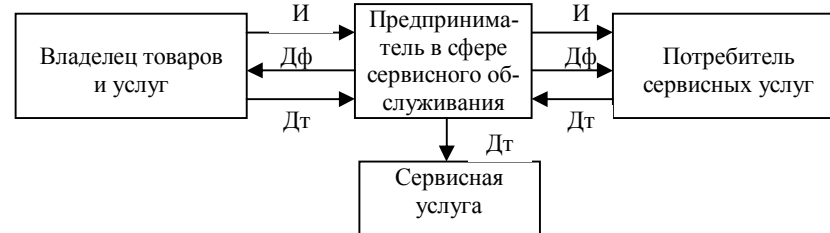


Рис. 3. Блок-схема взаимодействия предпринимателя и потребителя при оказании сервисных услуг

Предпринимательство в сфере посредничества характеризуется тем, что посредник непосредственным образом не производит продукцию, не торгует товарами, валютой, ценными бумагами, не предоставляет деньги в кредит, но способствует осуществлению всех этих операций и заключению соответствующих сделок (рис. 4).

Эта форма предпринимательской деятельности занимает в бизнесе невысокий удельный вес и характеризуется малыми затратами и высокой эффективностью как для посредника, так и для участников данной связи, поскольку эффект между ними распределяется по заинтересован-

ности сторон. Вместе с тем эта форма предпринимательства носит неустойчивый характер и краткосрочность во времени, необходима и достаточна информация о востребованности этого вида деятельности, авторитет и имидж посредника, его результаты по оказанию посреднических услуг для клиентов без фактов обмана, формализма и затягивания времени по оказанию услуг.

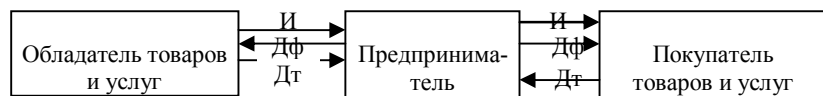


Рис. 4. Блок-схема взаимосвязи субъектов посреднической деятельности по оказанию и предоставлению услуг

Примечание: на данной блок-схеме И - информационные ресурсы, представляющие собой услуги приобретаемые предпринимателем посредством средств массовой информации, телекоммуникаций, средств связи, сети Интернет.

Хозяйственная устойчивость предприятия осуществляется через востребованные товары и услуги, информацию и знания, которые могут быть конкурентоспособными и неконкурентоспособными в условиях владения, пользования, распоряжения, ответственности за результаты деятельности предприятия

Объективные законы характерны для развития организации кластерного образования, а субъективные - для внутреннего развития персонала организационной системы (рис. 5). Закон - это динамика функционирования организации, которая может быть представлена в статике, в данных о деятельности организации. Как закон, так и закономерность имеют механизм действия и механизм использования.

Механизм действия - это формирование зависимости выходных параметров от входных. Механизм использования - это набор правил, норм для реализации механизма действия управленца с указанием его прав и ответственности. Персонал организации всегда испытывает воздействие как со стороны закона, так и руководителя. Если механизм действия закона и механизм его использования руководителем согласованы, то организация работает успешно, устойчиво. Если механизм действия и механизм использования не адекватны друг другу, то организация работает неустойчиво. Механизм использования законов в организации можно рассматривать как суперпозицию по отношению к низовым организациям. Невыполнение требований закона в каком-либо подразделении по иерархии управления приводит к срыву поставленной цели.

Создание новой продукции обеспечивается выделением средств на конкурентоспособные товары за счет переноса части средств, образовавшихся от реализации высокорентабельных изделий на цели организации их производства. В современных условиях финансовые средства на эти цели при отсутствии кластерной организации минимальны. На рис. 6 представлены S - образные кривые жизненного цикла товара с установлением конструкторско-технологических разрывов создания изделия. Определение этого разрыва является основной задачей обновления выпускаемой продукции в зависимости от влияния НТП на технику и технологию производства товаров.

Формирование научной теории создания целостной системы управления кластером с целью обеспечения его конкурентоустойчивости осуществляется в следующей последовательности: 1) сбор фактов, характеризующих явления, прогнозы, научные исторические данные о деятельности предприятия, входящего в кластер; 2) систематизация исходной информации при составлении классификационных признаков деятельности продукции одинакового назначения; 3) разработка и раскрытие понятийного аппарата новой науки в области организации конкурентоустойчивой деятельности предприятия, входящего в кластер: категории, законы и термины; 4) выявление зависимостей, обоснование законов, закономерностей в разработанной методологии создания кластерных объединений; 5) обобщение результатов анализа и оценки для создания устойчивого предприятия с позиции конкурентоспособности продукции.

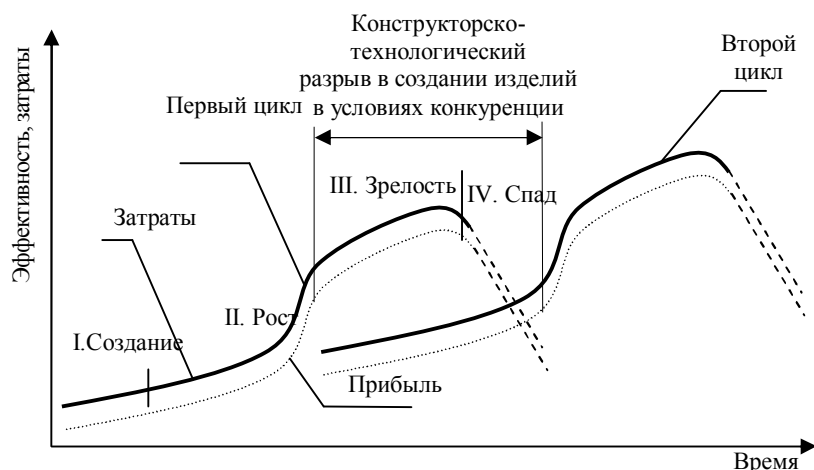


Рис. 6. Кривые, характеризующие изменения эффективности, прибыли, затрат по стадиям жизненного цикла предприятия

Примечание. На первой стадии создания - высокие творческие возможности, интеллектуальный потенциал предпринимателя; на второй стадии роста - повышение коллективности, высоких обязательств, неформальных общений; на третьей стадии зрелости - формализация правил, стабилизация структуры, рост эффективности, прибыли, децентрализация, диверсификация рынков; на четвертой стадии спада - снижение эффективности и прибыли, высокая текучесть, возрастающие конфликты.

Стратегическое планирование деятельности организации включает в себя следующие этапы.

1. Оценка и анализ ситуаций: 1) внутренних: положение предприятия; миссия; цели; стратегия (основная, конкурентная, функциональная); сильных и слабых сторон; портфелей (рынков, ассортимента); технологий; компетенции (управленческих, функциональных, производ-

ственных); наличия ресурсов; уровня мотивации сотрудников; ожидаемых объемов продаж; 2) внешних: трендов, по секторам (политических, демографических, территориальных), по времени (долгосрочных, среднесрочных, краткосрочных); возможностей; факторов риска и фактора среды (правовой, политической, социальной, экономической, технологической); 3) конкурентных: характеристика отрасли; цели и стандарты фирмы; опыт конкуренции (история конкуренции); настоящая деятельность по повышению конкурентоспособности; показатели конкурентного состояния (возвраты по инвестициям, собственность и активы; доля рынка; объем и разнообразие производства); ресурсы конкуренции;

2. Выделение целей: *формирования портфелей* (видов деятельности, ассортимента (гаммы) продуктов, знаний, навыков и умений, используемых технологий); *определение* объемов продаж, прибыли, инвестиций;

3. Ознакомление подразделений со стратегическим планом с целью облегчения создания функциональных стратегий конкуренции;

4. Разработка тактических, оперативных планов, бюджетов подразделений;

5. Формирование сфер, средств и систем контроля; стандартов выполнения работы; мониторинга работы; системы компенсации.

Формирование плана должно начинаться с интегрированной оценки внутренней, внешней и конкурентной ситуаций. Внутренняя оценка обязательно должна учитывать положение предприятия и степень согласованности его целей, стратегии, портфелей рынков, продукции, технологий и компетенции, а также уровень оплаты сотрудников и ожидаемые объемы продаж.

Оценка внешней ситуации содержит выявление и анализ основных трендов, а также предоставляемых средой возможностей и исходящих от нее угроз.

Анализ конкурентной среды должен охватывать состояние организации, отрасли и положение в ней фирмы, поставленные компанией цели и стандарты, историю конкурентных успехов и поражений, текущую ситуацию в конкурентной борьбе, основные показатели конкурентного положения предприятия и используемые в конкурентной борьбе ресурсы.

Особенностями современного менеджмента являются постоянное внедрение новых принципов, форм, структур и методов управления с целью повышения эффективности производства, бизнеса. Основная цель менеджмента - достижение высокой эффективности производства, лучшего использования потенциала предприятия, фирмы, компании.

Концепция маркетинга представляет систему научно обоснованных принципов (представлений, взглядов, целей, методов) об управлении производственно-сбытовой и торговой деятельностью предприятия, коммерческой организации в условиях ориентированной на рынок экономики. Она основывается на результатах целого ряда фундаментальных и прикладных исследований в различных областях знаний - экономической теории, менеджмента, социологии, эконометрии, психологии и др. Она сформировалась на стыке с ними как особая научная дисциплина, изучающая закономерности рыночного обмена, а также принципы

и методы адаптации обособленного товаропроизводителя к постоянно меняющимся экономическим условиям. Управление маркетингом может осуществляться с позиций различных по содержанию концепций (подходов). Так, *концепция совершенствования производства* утверждает, что потребители будут благожелательны к широко-распространенным и доступным по цене товарам и, следовательно, задача руководителей - сосредоточить свои усилия на совершенствовании производства, повышении его эффективности. Ее осуществление возможно в двух ситуациях: первая, когда спрос на товар (продукцию, изделие, услуга) превышает предложение и в этом случае руководству следует находить способы увеличения производства; вторая, если себестоимость продукции слишком высокая ее необходимо снизить, для чего требуется повысить производительность. *Концепция совершенствования товара* исходит из того, что потребители оказывают предпочтение товарам высокого качества, а следовательно, предприятие должно сосредоточить внимание на постоянном его совершенствовании. Эта концепция не требует больших усилий по стимулированию сбыта, а поэтому иногда приводит к "маркетинговой близорукости". *Концепция интенсификации коммерческих усилий* базируется на том, что товары данной организации не будут покупать в достаточном количестве, если она не примет значительных усилий в сфере сбыта и стимулирования: Такого подхода придерживаются многие производители и широко применяют не только к товарам пассивного спроса, т.е. товарам, о приобретении которых покупатель обычно не думает, но и в отношении ходовых, например, автомобилей. Главное здесь продать, а не терзаться по поводу будущей удовлетворенности покупателей своим приобретением. *Концепция маркетинга* может строиться и на утверждении, что фирма должна выявить с помощью исследований потребностей запросы точно очерченного целевого рынка и обеспечить их желаемое удовлетворение. Концепции интенсификации коммерческих усилий и маркетинга часто путают друг с другом. Однако следует иметь в виду, что коммерческие усилия по сбыту - это сосредоточенность (забота) на потребностях продавца по превращению его товара в наличные деньги, а маркетинг - на нуждах покупателя (клиента) посредством товара и целого ряда факторов, связанных с созданием товара, поставкой и, наконец, потреблением продукции. Конечная цель интенсификации коммерческих усилий - получение прибыли за счет роста объема продаж (реализации), маркетинга - получение прибыли за счет обеспечения удовлетворенности потребителей. *Концепция социально-этичного маркетинга* провозглашает залогом достижения целей фирмы ее способность обеспечить потребительскую удовлетворенность более эффективными и продуктивными, чем у конкурентов, способами с одновременным сокращением или укреплением благополучия потребителя и общества в целом. Такая концепция порождена сомнениями относительно соответствия концепции чистого маркетинга нашему времени с его ухудшением качества окружающей среды, нехваткой природных ресурсов, инфляцией и запущенным состоянием сферы социальных услуг.

ПРОБЛЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДОСТОВЕРНОСТИ ДАНЫХ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА О ПОТЕНЦИАЛЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Достоверность информация об уровне и степени развития экономического потенциала хозяйствующего субъекта реально может быть обеспечена только на базе паритета финансовых интересов всех заинтересованных лиц. Одновременно данный паритет обеспечивает относительно равномерный рост чистого экономического потенциала страны в целом и, в частности, отдельных предприятий. Под чистым приростом потенциала следует понимать его увеличение за счет внутренних экономических сил конкретных хозяйствующих субъектов, а не за счет перераспределения этих сил между последними.

Глобальные стратегические соображения могут временно корректировать данную норму деловой этики, но и в этом случае критерием реально обозримой временной перспективы должно оставаться общее (суммарное) развитие потенциала всех хозяйствующих субъектов. Если прогрессивные принципы жизнедеятельности преобладают в обществе и поддерживаются его лидерами, то это находит свое отражение на микроуровне экономики, в том числе в учетно-аналитической науке и практике. Последние определяют адекватность обратной связи путем настраивания системы подготовки и интерпретации информации о деятельности хозяйствующих субъектов на обеспечение прогрессивного развития экономики в целом.

В современных условиях оперативным управлением хозяйствующих субъектов (в том числе и учетно-аналитической функцией) занимается обособленный от собственника менеджмент. Этим обусловлена дополнительная проблема контроля за адекватностью и эффективностью работы профессиональных менеджеров как с позиций максимизации экономического благополучия собственника, так и обеспечения баланса экономических интересов всех заинтересованных лиц.

В международной практике эта проблема решается путем создания механизма эффективного и социально ориентированного менеджмента, важную роль в котором играет полезная деловая информация о деятельности организации. Ее прозрачность для всех заинтересованных лиц и лиц, принимающих деловые решения, является важнейшим фактором экономической жизнеспособности и стабильности, сохранения и наращивания капитала.

В соответствии с действующим законодательством основные пользователи информации получают к ней доступ через бухгалтерскую отчетность, а руководитель организации отвечает за ее достоверность. Поэтому он обязан не только вести наиболее эффективную учетную политику, но и обеспечивать в предусмотренных законодательством случаях процедуры аудита. Последний должен гарантировать пользователям бухгалтерской отчетности реальное представление о состоянии

хозяйствующего субъекта. Парадокс заключается в том, что плата за аудит для аудируемой организации является формой отказа от возможных спекулятивных выгод.

Априори исходя из того, что бухгалтерский аппарат может выполнить любую информационную задачу, особый смысл в аудиторской деятельности приобретают процедуры подтверждения полезности бухгалтерских данных с точки зрения существенности информации для принятия решений пользователями, а также допустимости принятого принципа непрерывного функционирования предприятия, соблюдение которого оправдывает применение других учетных принципов - начисления, временной определенности фактов, денежной оценки статей баланса, доходов и расходов организации.

Очевидно, что значение бухгалтерской информации, пронизывающей всю экономическую жизнь государства достаточно велико. Возникает вопрос о качестве этой информации, которая должна быть достоверной. Существует множество объективных и субъективных факторов, влияющих на достоверность. К объективным причинам относятся: криминальная обстановка в России и отсутствие стабильной законодательной базы по регулированию бухгалтерского учета. Основными субъективными причинами являются: отсутствие рынка инвестиций в России; соединение в одном лице, как правило, собственника и руководителя; отдаление бухгалтерского учета от налогового. Данные бухгалтерского учета не соответствуют требованиям налоговых органов: бухгалтерская прибыль не равна налогооблагаемой прибыли, величина затрат на производство, отраженная на соответствующих калькуляционных счетах не равна сумме затрат организации, уменьшающих величину налогооблагаемой прибыли. Бухгалтерские ошибки также влияют на достоверность бухгалтерского учета. Все ошибки, возникающие в бухгалтерском учете классифицируют по следующим основаниям: умыслу, причинам возникновения, последствиям, значимости, месту возникновения, содержанию. В результате этих ошибок статистические органы могут на основании данных бухгалтерской отчетности организаций выводить недостоверные данные с микроуровня предприятия на макроуровень народного хозяйства в целом.

Правовое регулирование вопросов бухгалтерского учета настолько противоречиво, что практикующему бухгалтеру практически невозможно осмыслить и, самое главное, исполнить требования нормативных актов без ошибок. Во многом это является следствием того, что все Положения по бухгалтерскому учету в России разработаны на базе международных стандартов бухгалтерского учета, важнейшей особенностью которых является их либеральность, без учета традиций бухгалтерской практики сложившейся в нашей стране за последние десятилетия.

Основными факторами гармоничного вхождения бухгалтерского учета в эффективную рыночную экономику являются: совершенствование его методологии; обеспечение социальной направленности и соответствующая подготовка кадров.

УСТАНОВЛЕНИЕ СВЯЗЕЙ МЕЖДУ ИЗМЕНЕНИЕМ ФОНДООТДАЧИ, СЕБЕСТОИМОСТИ И ПРИБЫЛИ

При оценке использования основного капитала недостаточно только установить систему показателей, характеризующих эффективность их использования, необходимо также определить связи этих показателей с основными результатами производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Рассмотрим, в первую очередь, связи между эффективностью использования основного капитала (основных производственных фондов) и изменением себестоимости, прибыли предприятия.

Повышение эффективности использования основного капитала непосредственно связано со снижением себестоимости. Чем больше выпускается на единицу оборудования или рубль основного капитала, тем меньше доля амортизации в себестоимости продукции.

Изменение размера амортизационных отчислений (А) в процентах на 1 р. продукции можно определить из следующего выражения:

$$A = \left(1 - \frac{I_a}{I_Q}\right) \times 100,$$

где I_a - индекс амортизационных отчислений (отношение суммы амортизационных отчислений в изучаемом периоде к базисному);

I_Q - индекс изменения объема работ (отношение объема в изучаемом периоде к базисному).

Сумма экономии на себестоимости по данному фактору исчисляется из соотношения:

$$\mathcal{E}_a = \frac{a^6 \times A \times Q}{100},$$

где a^6 - величина амортизационных отчислений, приходящаяся на 1 руб. объема производства в базисном периоде, р;

Q - объем производства в изучаемом периоде, р.

Улучшение использования основного капитала связано со снижением себестоимости продукции на основе как прямого влияния на сокращение затрат через амортизацию, так и косвенного. Увеличение объема выпуска продукции способствует сокращению условно-постоянных расходов. При увеличении продукции эти расходы или совсем не растут, или увеличиваются незначительно. Особенно заметно обнаруживается данная связь между ростом объема производства и снижением постоянной части расходов в себестоимости продукции, когда увеличение производства происходит не за счет расширения производственного аппарата, а в результате улучшения его использования в экстенсивном и интенсивном направлениях.

Расчет экономии себестоимости продукции (\mathcal{E}_c) за счет сокращения условно-постоянных расходов, обусловленных ростом фондоотдачи, может быть проведен по формуле

$$\mathcal{E}_c = M^{\delta} \times \frac{W}{W^{\delta}} \times \left(\frac{\Phi}{\Phi^{\delta}} - 1 \right),$$

где M^{δ} - сумма условно-постоянных расходов в базисном периоде;

W, W^{δ} - среднегодовая стоимость основных производственных фондов за исследуемый и базисный период;

Φ, Φ^{δ} - фондоотдача за исследуемый и базисный период.

Если соотношение $\frac{\Phi}{\Phi^{\delta}} > 1$, то это свидетельствует о том, что произошел рост фондоотдачи и имеется экономия на себестоимости продукции за счет условно-постоянных расходов, в результате лучшего использования основного капитала и наоборот при $\frac{\Phi}{\Phi^{\delta}} < 1$.

Снижение (увеличение) себестоимости продукции в процентах (C_Q), вызванное изменением условно-постоянных расходов, определяется следующим образом:

$$C_Q = \frac{\mathcal{E}_c}{C^{\delta}} \times 100,$$

где C^{δ} - себестоимость базисного периода.

Важнейшим показателем оценки деятельности предприятия является прибыль. В значительной мере рост прибыли зависит от улучшения использования основных фондов. Для экономического анализа необходимо найти метод выделения во всем изменении прибыли той части, которая являлась результатом лучшего использования производственного аппарата.

Так как эффект от лучшего использования средств труда выражается в росте производства, то прежде всего необходимо рассчитать ту часть прибыли, которая стала результатом повышения выпуска продукции на 1 р. основных фондов.

Расчет прироста (уменьшения) прибыли в результате изменения объема производства можно найти из выражения:

$$\Delta P_Q = \Delta Q \times K_n^{\delta},$$

где ΔQ - изменение объема производства в результате использования основных фондов в изучаемом периоде;

K_n^{δ} - удельный вес прибыли в стоимости выпущенного объема работ в базисном периоде.

$$\Delta Q = (\Phi - \Phi^{\delta}) \times W = \Delta \Phi \times W,$$

тогда

$$\Delta P_Q = \Delta \Phi \times W \times K_n^{\delta}.$$

Общая величина изменения прибыли, получаемой за счет изменения эффективности использования основных фондов, может быть рассчитана по формуле:

$$\Delta P = (\mathcal{E}_n - \mathcal{E}_n^{\delta}) \times W,$$

где $\mathcal{E}_n, \mathcal{E}_n^{\delta}$ - размер прибыли на 1 р стоимости основных производственных фондов в изучаемом и базисном периодах.

Таким образом, данные расчеты позволяют определить какая часть из общей прибыли предприятия связана с улучшением использования основных фондов и какая часть прибыли получена за счет увеличения объема работ, т.е. с ростом показателя фондоотдачи.

Предлагаемые методы установления взаимосвязей между изменением фондоотдачи, себестоимости и прибыли позволяют определить конкретные количественные оценки между указанными показателями и на сколько экономически правильно осуществляется процесс производства с позиции использования имеющихся средств труда.

На кафедре "Организация и стратегия развития промышленных предприятий" Самарской государственной экономической академии разработана комплексная методика анализа эффективности использования основного капитала для предприятий нефтегазодобывающего комплекса. Данная методика при соответствующих договорных условиях может быть передана для использования отдельно для предприятий бурения и нефтегазодобычи.

Н.А. Чечин, И.В. Буцаев
Самарская государственная
экономическая академия

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ОСВОЕНИЯ ШЕЛЬФОВЫХ НЕФТЕГАЗОВЫХ МЕСТОРОЖДЕНИЙ

Важной тенденцией современной нефтегазодобывающей промышленности мира является увеличение доли углеводородов, добываемых из морских месторождений. Например, в 2001 году доля морской добычи в зарубежных странах составила 35 % (1095 млн. тонн) по нефти и 31,6 % (750 млрд. м³) по газу. При этом высокая эффективность инвестиций, вложенных в проведение поисковых работ, стимулирует участие в таких проектах многих компаний.

В последнее время именно на акваториях отмечается наибольший прирост запасов, и открываются крупные и гигантские месторождения (континентальный шельф Бразилии, Китая, Анголы, в Мексиканском заливе, на шельфе о.Сахалин, в Баренцевом и Каспийском морях).

Наблюдается резкое увеличение затрат на поиски и освоение глубоководных месторождений. В 2000 году суммарные капитальные вложения в этом направлении составляли \$8 млрд., а в 2004 году они, по экспертным оценкам, увеличатся почти в 3 раза.

По запасам нефти Россия входит в число ведущих нефтедобывающих стран мира - по разным оценкам в ее недрах сосредоточено до 5%

доказанных извлекаемых (Саудовская Аравия - 29%, Ирак, Кувейт - по 11%, Иран, Абу-Даби - по 10%, Венесуэла - 8%, Мексика - 6%, США - 3%) и около 12% потенциальных мировых запасов нефти.

При этом, в последние годы для нефтегазового комплекса нашей страны стала характерна следующая неблагоприятная тенденция: прирост запасов не компенсирует добычу сырья. Очевидно, что стабилизация и развитие добычи углеводородов на длительную перспективу возможны лишь при непрерывном восполнении сырьевой базы новыми месторождениями. Огромным потенциалом для этого являются ресурсы континентального шельфа. Россия обладает самым крупным в мире континентальным шельфом (данные МПР РФ). Именно ресурсы шельфа могут восполнить убывающие ресурсы нефти и газа Западной Сибири.

Практическое освоение месторождений континентального шельфа РФ находится в начальной стадии развития. Согласно прогнозной оценке МПР России, начальные извлекаемые ресурсы углеводородов на шельфе России достигают 100 млрд. тонн условного топлива, в том числе 15,5 млрд. т нефти, 84,5 трлн. м³ газа. Это соответствует 25-30 % общего объема мировых ресурсов углеводородов. Если говорить о начальных суммарных запасах, то по нынешним оценкам, 30% газа, более 20% газоконденсата и 12% нефти приходится на континентальный шельф.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что в настоящий момент для Российской Федерации проблемы присутствия, изучения и активного использования шельфа трансформируются из чисто технических, прикладных в комплексную стратегическую геополитическую и экономическую задачу. Решение данной задачи позволит в дальнейшем продолжать активную политику страны на мировом рынке энергоносителей и быть независимой от конъюнктуры этого рынка.

Важнейшими экономическими нюансами проектов освоения шельфовых месторождений является их высочайшая капиталоемкость и высокая себестоимость добычи. Себестоимость добычи нефти на шельфе варьируется в пределах \$3-10/баррель (на Каспии она составляет \$3-7/баррель, на Сахалине \$4-8/баррель, в Северном море \$7-10/баррель, притом, что в настоящее время себестоимость нефти на устье скважины у ведущих российских компаний составляет \$1,7-2/баррель). Что касается инвестиций, то только объем затрат по подготовке и обустройству Штокмановского месторождения, по некоторым оценкам, обойдется в \$7-8 млрд., при общем объеме требуемых инвестиций от \$15 млрд. до \$20 млрд. При этом запасы месторождения составляют менее 1 % прогнозных начальных извлекаемых запасов на шельфе России. Анализируя данные цифры, становится очевидным тот факт, что даже в настоящих условиях крайне благоприятной рыночной конъюнктуры на нефтегазовом рынке и стабильного финансового положения отечественных ВИНК, ни одна из них не сможет изыскать и вложить требуемые десятки и даже сотни миллиардов долларов инвестиций в освоение шельфовых месторождений. Следствием данного факта является необходимость привлечения зарубежных инвесторов, которые имеют необходимые финансовые ресурсы и, что немаловажно, опыт работы в проектах освоения континентального шельфа.

Другим важным аспектом экономики освоения шельфовых месторождений является высокая степень риска привлечения капиталов, связанная со сложными условиями работы на шельфе и спецификой разработки месторождений на шельфе.

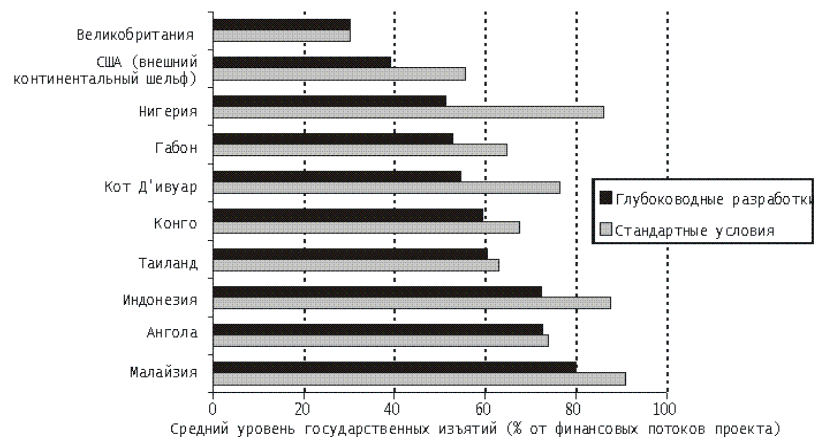
Наконец, не менее важной проблемой является отсутствие действенных или неполноценность и незавершенность существующих механизмов законодательного, административного и налогового стимулирования на шельфе, учитывающих особенности привлечения ресурсов для разработки месторождений шельфа.

Существуют и другие проблемы, но в данном случае выделены наиболее важные и очевидные из них. Подвергнув критическому анализу эти особенности освоения шельфа, которые одновременно являются и основными проблемами, сдерживающими темпы практических работ, можно сказать, что все это можно объединить одним термином, а именно, инвестиционная привлекательность шельфовых проектов. Также очевидно, что если осуществлять проведение работ по разведке и освоению шельфа за счет средств государственного бюджета или привлекать средства на основе действующего законодательства, то этот процесс растянется на неопределенно длительный срок и Россия упустит шанс для решения той комплексной задачи, о которой говорилось выше, со всеми вытекающими отсюда последствиями.

По логике вещей следует, что для интенсификации работ по освоению шельфа, для привлечения инвесторов, обладающих соответствующими финансовыми и прочими ресурсами необходимо создавать для этого определенные условия путем применения различных законодательных, административных и экономических регулирующих инструментов и механизмов. Основой для решения большинства проблем, не позволяющих в настоящее время проводить интенсивную разведку и освоение месторождений российского шельфа, могут послужить структурные изменения в системе государственного управления, использование в законодательстве о недрах норм, позволяющих использовать в практике заключения лицензионных соглашений гражданско-правовые методы, и постепенный отход от жесткого административного регулирования при предоставлении права пользования недрами. То есть, другими словами, необходимо повышать инвестиционную привлекательность объектов недропользования, в том числе и шельфовых участков.

Существуют различные точки зрения на то, каким образом повысить эту самую инвестиционную привлекательность, как привлечь инвесторов. Однако среди самих инвесторов, по крайней мере, среди его большинства, сложилось устойчивое понимание того, что в силу различных причин, на данном этапе единственно приемлемой в России формой участия инвесторов (особенно иностранных) в морских нефтегазовых проектах являются соглашения о разделе продукции (СРП). Это объясняется в первую очередь тем, что по действующему в РФ законодательству соглашения о разделе продукции, добываемой на месторождениях шельфа, заключаются между инвесторами и государством, а затем утверждаются Государственной Думой, что дает им силу федерального закона. Тем самым гарантируется стабильность и надежность выполнения всех финансовых, юридических и других условий СРП в те-

чение всего срока его действия. Необходимо отметить, что в условиях СРП действует именно гражданско-правовой механизм, а не административный режим в отличие от лицензионной системы. Другим важнейшим фактором, привлекающим инвесторов, является налоговый режим СРП, который обеспечивает приемлемый для них уровень экономической эффективности проектов, в то время как в рамках действующей налоговой системы большинство современных капиталоемких проектов, в том числе и шельфовых, не способны генерировать достаточный для инвестора уровень доходности инвестиций на вложенный капитал. Показательным фактом являются данные, представленные на рисунке: практически во всех из представленных нефтедобывающих стран, кроме Великобритании, средний уровень налогообложения морских разработок ниже, чем при стандартных условиях разработки месторождений на суше. Это говорит как раз о том, что практически во всех этих случаях используются соглашения о разделе продукции в том или ином виде.



Источник: IHS Energy Group

Рис. Уровни налогообложения глубоководных морских разработок

Существуют отдельные противники режима СРП как такового, которые лоббируют в своих интересах точку зрения о ненужности СРП на суше. Однако даже они признают, что на шельфе данный режим незаменим. Это лишний раз подтверждается и тем, что в настоящее время самые значительные шельфовые проекты ("Сахалин-2", "Сахалин-1", "Приразломное", "Штокмановское", "Сахалин-3" и ряд месторождений Каспия) даже в свете последних изменений в законодательстве выполняются или планируются к реализации в рамках режима СРП.

Н.А. Чечин
Самарская государственная
экономическая академия
С.В. Макаров
ОАО "Гипровостокнефть"
г. Самара

КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Стоимость предприятия не является статичной величиной и зависит от ряда факторов. Основные факторы стоимости представлены на рисунке. Из них могут быть выделены факторы стоимости низшего уровня.



Рис. 1. Факторы стоимости предприятия

Исходя из рассмотренных факторов стоимости предприятия, можно сделать вывод о необходимости создания концепции управления стоимостью.

Оптимальный вариант концепции управления стоимостью предприятия был сформулирован американскими специалистами в области корпоративных финансов и управления компанией [1]. Данная концепция включает в себя симбиоз четырех управленческих процессов, которые оказывают наиболее существенное влияние на факторы стоимости предприятия. К таким управленческим процессам относятся:

1. выработка стратегии;
2. определение целевых нормативов;
3. планирование, составление бюджетов;
4. организация систем оценки результатов деятельности и поощрения.

Сформулированная американскими специалистами концепция управления стоимостью предприятия в принципе универсальна, однако

она требует адаптации к российским условиям в целом и уточнения своего содержания применительно к нефтегазодобывающему комплексу.

Выбор стратегии развития нефтегазодобывающего предприятия связан с комплексной оценкой всех сторон его деятельности. Стратегию развития нефтегазодобывающего предприятия необходимо строить на основе анализа его текущего состояния и перспективных возможностей. При этом необходимо составить прогноз развития всего нефтегазодобывающего комплекса, региона в котором ведет свою деятельность рассматриваемое предприятие, а так же конкурентов. При составлении прогнозов необходимо уделить их обоснованности. На основании данных прогнозов составляется несколько вариантов стратегии развития предприятия.

В рамках рассматриваемых вариантов стратегии развития необходимо определить зависимость чистого денежного потока предприятия от факторов стоимости различного уровня. Исходя из этого, выделить "зоны повышенного внимания", то есть те факторы стоимости, которые оказывают наиболее существенное влияние на чистый денежный поток предприятия и определить необходимые ресурсы для реализации стратегии.

Связав все прогнозы и рассмотрев возможные варианты стратегии развития предприятия, необходимо сделать выбор оптимального варианта стратегии. Основой для выбора варианта стратегии развития является максимизация стоимости предприятия.

Эффективно управлять стоимостью нефтегазодобывающего предприятия невозможно без четкого взаимодействия всех его структурных подразделений. Однако руководящему составу среднего и низшего звена (особенно технического профиля) тяжело ориентироваться на показатели чистого денежного потока или стоимости предприятия. Для них необходимо разработать целевые нормативы факторов стоимости, соблюдение которых должно позитивно отразиться на чистом денежном потоке предприятия.

Целевые нормативы можно разделить на финансовые и натуральные. К финансовым относятся нормативы связанные с затратами на проведение одного мероприятия (затраты на 1 тн. добычи нефти, закачку единицы вытесняющего агента, ремонт, и т. д.). К натуральным, например, относятся такие как количество ремонтов на скважину, персонала по категориям на скважину или тонну и т. п. Соответствие таким целевым нормативам, значения которых несколько выше среднеотраслевых, будет увеличивать стоимость предприятия.

При разработке целевых нормативов следует учитывать естественную динамику ресурсной базы. Условно разработку ресурсной базы можно разделить на четыре периода [3]: период роста добычи, стабилизация, падение добычи и затухание добычи. Целевые нормативы, связанные с объемом производства и качеством извлекаемых углеводородов должны изменяться в зависимости от периода разработки месторождения.

Следующим условием максимизации стоимости предприятия является составление планов и бюджетов. Следует отметить, что на нефтегазодобывающем предприятии основой для планирования является перспективный план разработки ресурсной базы. С учетом основных про-

изводственных показателей, заложенных в перспективном плане, составляются планы движения финансовых средств, планы социально-бытового характера и т. п.

Интервалы планирования на нефтегазодобывающем предприятии могут варьироваться, однако помимо прочих интервалов планирования необходимо составление годовых и пятилетних планов. Годовой план служит основой для анализа деятельности предприятия и составления его годового бюджета. Пятилетний план дает возможность анализа отклонений основных производственных показателей от расчетных значений перспективного плана разработки месторождения и технологической схемы разработки месторождения. Отметим, что такие расхождения практически неизбежны в связи с существенным воздействием природного фактора. В результате анализа пятилетней деятельности необходимо проводить корректировку проектной документации, с целью максимального приближения последней к фактически сложившейся ситуации.

При составлении бюджетов необходимо учитывать, что часть планируемых мероприятий подвержена природным рискам. Поэтому жесткие рамки таких бюджетов могут быть нарушены в любой момент. Остальные мероприятия, например ремонт оборудования, реконструкция систем сбора и транспорта и т. п. должны укладываться в обоснованные жесткие значения стоимости и сроков.

Система контроля за результатами деятельности управленческого персонала среднего и низшего звена, а так же менеджеров технического профиля должна опираться на целевые нормативы стоимости. Оценка деятельности структурного подразделения по увеличению стоимости предприятия должна проводиться на основе только тех целевых нормативов, на которые данное структурное подразделение может оказывать влияние. В результате достижения целевых нормативов отдельными структурными подразделениями можно говорить о приращении стоимости предприятия в целом.

Деятельность руководителей высшего звена не может быть оценена на основе целевых нормативов стоимости. Высший руководящий состав предприятия непосредственно не соприкасается с определенными производственными процессами и операциями, осуществляя лишь общее руководство и контроль над деятельностью предприятия. Наиболее оптимальным представляется привязать данную группу управленческого персонала к финансовым показателям, характеризующим общее увеличение стоимости нефтегазодобывающего предприятия. Одним из возможных методов оценки вклада высшего руководящего состава в максимизацию стоимости предприятия является расчет коэффициента чистого денежного потока предприятия. Данный коэффициент рассчитывается следующим образом:

$$K_{\text{чдп}} = \frac{\text{ЧДП}_{\text{ф}}}{\text{ЧДП}_{\text{п}}} \div \frac{V_{\text{ф}}}{V_{\text{п}}};$$

где: $\text{ЧДП}_{\text{ф}}$ - фактический годовой чистый денежный поток;

$\text{ЧДП}_{\text{п}}$ - плановый годовой чистый денежный поток;

$V_{\text{ф}}$ - фактический годовой объем добычи углеводородов;

$V_{п}$ - плановый годовой объем добычи углеводородов.

При расчете данного коэффициента следует учитывать, что на чистый денежный поток существенное влияние оказывают изменение цен на материальные затраты и готовую продукцию изменение налоговых ставок и т. д. Для нейтрализации колебаний данных факторов на годовой денежный поток, их следует учитывать как неизменные величины в течение рассматриваемого периода.

Данный коэффициент показывает, во сколько увеличивается чистый денежный поток предприятия за рассматриваемый период по сравнению с планируемыми показателями, при этом учитывается зависимость чистого денежного потока от объемов добычи углеводородов (при прочих равных условиях).

Следует отметить, что коэффициент чистого денежного потока рассчитывается на основе плановых данных, поэтому следует уделять пристальное внимание обоснованности и корректности планируемых показателей.

Поощрение персонала может проводиться за счет выплаты премиальных, выдачи сертификатов на получение ценных бумаг предприятия (акции, облигации), а так же дополнительных социальных льгот и гарантий.

В результате можно сделать вывод о том, что эффективное управление стоимостью предприятия возможно лишь при определении факторов стоимости предприятия различного уровня, а так же при формировании общей концепции управления стоимостью предприятия, органически включающей в себя макро и микроэкономические условия деятельности предприятия, его отраслевую принадлежность, организационную и технико-технологическую составляющие.

* * *

1. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление. 2-е изд. М.: Олимп-бизнес, 2000.

2. *Валдайцев С.В.* Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия. М.: ЮНИТИ, 2002.

3. *Зубарева В. Д.* Финансово-экономический анализ проектных решений в нефтегазовой промышленности. М.: Нефть и газ, 2000.

4. *Коссов В.В., Лившиц В.Н., Шахназаров А.Г.* Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов. М.: Экономика, 2000.

Н.А. Чечин, С.Н. Чувашов
*Самарская государственная
экономическая академия*

ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Обсуждение понятия стратегии, несомненно, составляет древнейший пласт исследований данного вопроса. Первоначально термин *strategos* относился к роли человека (командующего армией). Впослед-

ствии слово приобрело новый смысл - "искусство военного командования". Ко времени Перикла (450 г. до н. э.) этим словом стали обозначать любые навыки управления (административный талант, ораторское мастерство, силу), а ко времени Александра Македонского (330 г. до н. э.) - умение организовать силы для победы над противником и создавать единую систему всеобъемлющего управления.

Уже 23 века тому назад понятие стратегии стало неотъемлемым элементом мировоззрения людей (в Древнем Китае в период между 480 и 221 гг. до нашей эры была написана книга под названием "Искусство стратегии"). Принципы стратегии (концентрация сил, оптимизация, экономия средств и другие) также были разработаны военными специалистами. Постепенно данное понятие внедрилось в практику делового управления и стало употребляться для обозначения того, что раньше называлось политикой или деловой политикой.

Стратегический подход к управлению деловыми организациями начал использоваться во всем мире еще в 20-30 г.г. XX столетия. Но особенно интенсивно процесс перехода к управлению на основе развития начался в 60-е, когда обострилась конкуренция европейского и американского бизнеса с Японией. Вот тогда-то и потребовался подход, который бы обеспечил возможность компаниям своевременно адаптироваться к внешним как благоприятным, так и неблагоприятным условиям, прогнозировать альтернативные варианты развития компании и управлять этим развитием. Так в лексикон менеджмента вошло понятие стратегического менеджмента (или стратегического управления).

Многообразие мнений, как о содержании понятия "стратегия", так и о правильной логике стратегического процесса настолько велико, что потребность в их систематизации уже давно назрела. Можно выделить десять основных направлений (три группы), названия которых наилучшим образом отражают специфику взгляда каждого из них на природу стратегического процесса.

Первая группа состоит из трех школ - дизайнерской, планирования и позиционирования. Странники дизайнерской школы (Кеннет Эндрюс) в шестидесятые годы XX века предложили основную логическую схему неформальной разработки концепции бизнеса, на которую опираются две другие школы этой группы в своих умозаключениях. Школа планирования (Игорь Ансофф) формализовала схему анализа "дизайнеров", представив стратегический процесс как нечто обособленное и систематичное в рамках компании, а именно как процесс формального планирования. Представители школы позиционирования (Майкл Портер) озабочены не столько процессом формирования стратегии, сколько ее содержанием. Они рассматривают набор стратегических позиций на рынке.

Следующие шесть школ (вторая группа) - от предпринимательской до школы окружения - сфокусированы на специфических аспектах формирования стратегии. Важная школа в данной группе - школа познания (Карнеги Меллон и лауреат Нобелевской премии Герберт Саймон), рассматривающая закономерности психологии познания сквозь призму успешных стратегий. Базируясь на особенностях мировосприятия человеком, последователи Саймона пришли к выводу, что, будучи концепциями, стратегии тяжело поддаются внедрению, очень далеки от оптимума, если все-таки их удастся во-

площадь, и - будучи внедренными - невероятно тяжело поддаются изменению.

Последующие школы данной группы пытались поломать восприятие стратегического процесса как процесса, подверженного прежде всего влиянию отдельной личности. Так, школа обучения считает, что мир слишком сложен для того, чтобы можно было формировать стратегию как ясное видение и четкий план в законченном виде. Школа власти представляет стратегию как процесс, развивающийся в меру столкновения организации с факторами внешней среды и реализующийся с помощью переговоров как между конфликтующими группами внутри организации, так и между конфликтующими организациями. В противоположность этому "культурная школа" (Эрик Ренман и Ричард Норман) считает, что корни стратегического процесса уходят в культуру организации. Школа окружения отстаивает точку зрения, заключающуюся в том, что стратегический процесс - это процесс реагирования, движитель которого находится не внутри самой организации, а вовне ее, в специфических обстоятельствах ее деятельности.

К последней (третьей группе) относится школа конфигураций (Генри Минцберг, А.Д. Чандлер-младший и творческий дуэт Майлс/Сноу), которая наиболее полно соединяет в себе взгляды всех предыдущих. Ее представители в своих работах пытаются интегрировать различные элементы вместилища понятия "стратегия" (процесс формирования, организационные структуры, контекст деятельности) в описания отличительных состояний или стадий (зачастую последовательных) жизненного цикла организации.

В последнее время широкое распространение получила теория Роберта Каплана и Дейвида Нортона. Разработанная ими сбалансированная система показателей эффективности организации обеспечила новый подход к стратегическому управлению компаниями любой сложности. Система складывается из четырех составляющих - финансовой, клиентской, внутренних бизнес-процессов и обучения и развития персонала, цели и задачи которых отражаются финансовыми и нефинансовыми показателями. Особое значение авторы придают созданию обратной связи, необходимой для проверки правильности и жизнеспособности выработанной стратегии. Стратегия компании превращается в систематизированную последовательность шагов и позволяет контролировать их выполнение на разных уровнях управления.

Несомненно, что данная теория окажет серьезное влияние на дальнейшее развитие российского бизнеса.

С.Н. Чувашов

*Самарская государственная
экономическая академия*

ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ

Если в развитых странах стратегическое управление развивалось в условиях рыночных отношений, то совершенно иная картина в отношении стратегического управления в нашей стране. Национализация промышленности и коллективизация сельского хозяйства привели к полной

государственной собственности на средства производства. Естественно, при таком уровне обобществления объективно целесообразной явилась система централизованного управления экономикой, основанная на стратегическом управлении, которое реализовывалось в форме так называемого перспективного пятилетнего и двадцатилетнего планирования.

Начиная с плана ГОЭЛРО, который, несмотря на его название, в действительности был комплексной стратегической программой развития экономики страны, в СССР была разработана система стратегического планирования, включающая генеральные программы развития на 10-15 лет, перспективные планы на ближайшее пятилетие и контрольные цифры на текущий хозяйственный год. Причем реализуемость системы стратегического планирования обеспечивалась принципами скользящего планирования, суть которых сводилась к корректной корректировке всей системы планов по фактическим результатам текущего года.

Для разработки таких сложных стратегических программ была разработана соответствующая методология расчетов, основанная на построении многоуровневых межотраслевых и продуктовых балансов.

Одновременно с этим проводился постоянный поиск новых организационных форм, позволяющих наиболее эффективно решать перспективные задачи. Прежде всего, совершенствовалась структура централизованных органов власти: Были созданы Государственный плановый комитет (Госплан СССР), Государственный комитет по снабжению народного хозяйства (Госснаб СССР) и Государственный комитет по внедрению новой техники в народное хозяйство (Гостехника СССР), затем Государственный комитет по капитальному строительству (Госстрой СССР).

Основной сдерживающий фактор любого стратегического развития - это финансовые средства, необходимые для осуществления стратегических проектов. В СССР для предприятий подобной проблемы не существовало, так как денежные средства выделялись централизованно из государственного бюджета. Проблема маркетинговых исследований потребительского, материально-сырьевого, финансового рынков, рынка труда, техники и технологии и других рынков также не возникала вследствие централизованной системы управления всей экономикой, включая сферу производства и распределения. Государство по отношению к предприятию, выступало в ролях и заказчика, и поставщика, и инвестора. Это обстоятельство обеспечивало высокую степень определенности и значительно облегчало задачу планирования. В условиях рынка эти три основные составляющие процесса планирования представляют собой группы независимых и, более того, неопределенных факторов. Вероятно, по политическим соображениям, проблема планирования в экономике была незаслуженно забыта. Однако, именно в условиях рынка, роль планирования предприятиями своей деятельности значительно возрастает. Более того, процесс корпоративного планирования в условиях рынка, характеризуемого высокой степенью неопределенности, требует от специалистов предприятия значительных усилий, новых навыков и знаний, а также применения современных методов и инструментов.

К сожалению, до настоящего времени теоретического осмысления и анализа практики строительства организационных структур крупных (уникальных в своем роде) социальных систем не произошло, исключая чисто политическую конъюнктурную оценку достижений этого периода.

В настоящее время в связи с коренной перестройкой социально политической и экономической системы в Российской Федерации проблемы стратегического корпоративного управления встали с особой остротой, т. к. в связи с отсутствием государственной стратегической политики во всех сферах жизни общества, все организации оказались перед проблемой самостоятельного выживания. Причем сложность решения указанных проблем обуславливается прежде всего чрезвычайно высоким уровнем нестабильности и неопределенности динамики государства. В настоящее время в российской практике основные направления построения теории корпоративного стратегического управления, как правило, ограничиваются интерпретацией так называемого американского опыта, игнорируя отечественный.

Из вышесказанного следует, что основными проблемами стратегического управления в России являются:

1. Низкая экономическая культура. Многие руководители выдвигались по партийной линии, не имея знаний и опыта.

2. Следствие п. 1, планирования сверху и полной несамостоятельности - отсутствие целей и стратегии.

3. Нет профессионального владения инструментарием менеджмента и маркетинга в управлении. Методы анализа не распространены среди руководителей и да же маркетологов. Одна из причин, не знание математического аппарата.

4. Наследие гигантомании. В советской экономике приоритетным было развитие промышленности (так называемая группа "А"). В результате, в наследие досталась фондоемкая экономика, с отраслевыми и градообразующими монстрами. Огромный масштаб и низкая эффективность производства

5. Другое следствие - это нерыночная ориентация и "натуральное хозяйство" предприятий, входящих в крупные холдинги. Многим предприятиям по прежнему трудно перейти на гибкое по спросу производство, оценивать свою эффективность прибыльностью, а не масштабом и номенклатурой выпуска.

Л.С. Шаховская, М.А. Поволокин
*Волгоградский государственный
технический университет*

МЕТОДЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ ПОТОКОВ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В современных условиях и темпах развития Российской экономике необходима система определения, оценки, прогнозирования результатов деятельности, как отдельно взятого предприятия, так и финансово-

промышленных групп. Выстроенная система должна отвечать современным тенденциям развития экономики предприятия и отслеживать макроэкономические показатели в стране и во всем мире. Соответствие параметров системы реальности будет способствовать более точному прогностическому результату.

Согласно советской методологии экономики и производства, промышленные предприятия должны были производить продукцию с учетом максимальной загрузки производства, так как существовавшая система регламентации затрат и уровня рентабельности позволяла "эффективно" перераспределять производственные блага. Деятельность предприятия определялась на много лет вперед с фиксированным уровнем затрат, сбыта готовой продукции, капиталовложений, развития производства и. т. п. В соответствии с многолетними планами несложно было определить будущие финансовые показатели деятельности предприятия, так как они практически оставались неизменными. Такую модель построения системы прогнозирования можно было считать идеальной, только при условии существования плановой экономики с ее жесткими нормативными параметрами, т.е. государство будет планово, по графику снабжать заводы сырьем, денежными капиталами и при этом реализовывать всю выпускаемую ими продукцию. Как было отмечено выше, такая система прогнозирования могла превосходить функционировать и давать положительные результаты в плановой экономике. Бывшая система исключала многоуровневый подход к решению задачи, поэтому ее можно считать простой системой прогноза финансовой деятельности.

С появлением в нашем государстве новых веяний и реалий, введением рыночных отношений в экономике, таких как свободное ценообразование, становление частной собственности и других, проблемы планирования и прогнозирования бизнеса стали не актуальны. Перед новыми собственниками, зачастую бывшими директорами, стояли вопросы выживания и приспособления к новым условиям. В этот период выпуск продукции и сбыт, как правило, планировался исходя из имеющихся производственных мощностей. А вопрос "Что производить?" решался на уровне простого сравнения уровня сбыта готовой продукции и затрат на ее производство. Само производство проще было закрыть, законсервировать, чем искать новые рынки сбыта. Ситуация усугублялась отрицательным соотношением "цена - качество", по сравнению с аналогичными импортными товарами.

В середине 90-х годов прошлого века назревший кризис в экономике разрядила вторая волна приватизации. В этот период наблюдалась тенденция к концентрации капитала. Появление первых отечественных финансово-промышленных групп, разделение и сегментация - в рыночных условиях способствовало специализации и структуризации этих новых объединений. В развивающейся рыночной экономике наиболее актуальным стал следующий тезис "производить то, что продается".

Экономический кризис августа 98г. (дефолт) положительно повлиял на развитие промышленного производства, хотя повлек за собой ряд серьезных социальных проблем (одномоментно миллионы наших сограждан стали в несколько раз беднее, их уровень дохода значительно снизился). Из-за резкого снижения себестоимости, российские товары

стали более конкурентоспособными как на мировом рынке, так и на внутреннем. В связи с чем возрос уровень потребляемой продукции, увеличилось производство, наметилась тенденция экономического роста. В настоящий момент система, получившая определенной силы импульс, приходит в состояние покоя, о чем свидетельствуют уменьшающийся темп роста.

Произошедшие изменения внесли в систему производства свои положительные плоды, заложили фундаментальную основу роста, но не ответили ни на один вопрос, связанный с будущим развитием предприятий (структурная единица, бизнес): Каким темпам роста они подвержены и в какого рода импульсах они могут нуждаться, чтобы достигнуть заданного результата? Отчасти вопрос стал упираться в конкурентоспособность производства (технологии), производимой продукции и оказания услуг. Хотя эта проблема многообразна и не односложна (состоит из нескольких частей, таких как модернизация технологий, снижение уровня затрат, подготовка квалифицированного персонала, разработка и внедрение научно исследовательских и опытно конструкторских разработок и т. д.) необходимо приступать к ее решению уже сегодня, так как изношенность оборудования очень велика. Уже сегодня действующее, оборудование не отвечает современным требованиям технического, экологического и производственного уровня. Между тем, чтобы поддерживать нормальные темпы роста (рентабельность производства) необходимо осуществлять определенный объем продаж для получения положительного оптимального денежного потока.

Таким образом, методологический подход можно выстроить следующим образом: заданный финансовый поток - соответствующий уровень продаж - производство. Необходимо учитывать непрерывность и цикличность выше перечисленных процессов. Правильное определение денежного потока позволит оптимизировать управленческие решения, а менеджменту компании не заниматься "латанием дыр" в бюджетных технологиях.

Принимая во внимание, тот факт, что определение денежного потока, бюджета доходов и расходов является составной частью финансового менеджмента, целесообразно вывести регулирование денежными средствами и их эквивалентами (ценные бумаги, векселя, чеки и т.п.) из процесса принятия решения в системе построения бюджетов и исследовать его, как самостоятельную структурную единицу, по возможности определяя его динамику для будущих периодов. Выделение финансового потока и дистанционирование его от бюджетного процесса, с методологической точки зрения необходимо, чтобы определить влияние на него первоначальных факторов и степень зависимости от них его формирования.

Прогнозирование поступления и оттока денежных средств позволит определить временные интервалы наиболее благоприятные или отрицательные в финансовом плане; поможет своевременно принять решение о пополнении оборотных средств; взятии или погашении кредита; предоставлении займа; погашения кредиторской или дебиторской задолженности; покупке новых технологий и т.д. Данные моменты, безусловно присутствуют в бюджетной системе но они статичны, что по-

зволяет менеджменту принять необоснованное решение. Бюджет денежных доходов и расходов отображает фактический и предполагаемый уровень поступлений и расходов денежных средств в определенный промежуток времени и чем он меньше, тем более точный результат будет достигнут, то есть при $t \rightarrow 0$, он точен ежедневно. Данное соответствие или точность не может в полной мере соответствовать требованиям развития предприятия, бизнеса, так как выражает текущее состояние экономики.

Применяя математические методы в исследовании функций, возможно построение некой кривой поступления и оттока денежных средств. Скорее всего, эти процессы будут носить циклический характер, возможно предположить, что полученная функция будет иметь образ \sin или \cos и зависеть от времени t . Выстроив функциональную зависимость, можно будет с достаточной достоверностью определить денежные средства в любой временной промежуток. Математическая модель должна содержать методы самоконтроля и коррекции, быть зависимой от фактических данных, предусматривать корреляцию с биржевыми показателями, то есть не быть замкнутой в простом определении поступления и оттока денежных средств. Эту зависимость можно достичь введением в модель экспертных функций, которые будут корректировать функцию денежного потока. Как любая физическая система, предприятие получив импульс может выйти из состояния равновесия, совершая затухающие колебания, оно постоянно нуждается в новых импульсах.

Моделирование денежного потока наглядно покажет периоды избытка финансовых средств и периоды их отсутствия, а также укажет их временной интервал, что поможет принять правильное управленческое решение в сфере финансирования предприятия или корпорации.

Р.Э. Эргашев

Самаркандский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В САМАРКАНДСКОЙ ОБЛАСТИ

По данным Всемирной туристической организации на долю туризма приходится более 6% мирового валового национального продукта, а каждые 30 туристов, посещающих страну, способствуют созданию одного прямого и двух косвенных рабочих мест. Поэтому многие страны стараются активно развивать сферу туризма и превращать его в доходный источник бюджета и занятости населения.

Поэтому с обретением независимости в Узбекистане туризм становится одним из приоритетных направлений развития. Тем более что не только узбекистанские, но и многие международные эксперты подтверждают огромный туристический потенциал Узбекистана.

Туристический потенциал и материально-техническая база туризма распределены по республике очень неравномерно. Одним из лидирующих регионов является Самаркандская область. Данная область имеет

потенциал для широкого развития многих видов туризма: исторического, археологического, религиозного, культурно-традиционного, экологического (ландшафтного), горного санаторно-курортного, в перспективе игорно-развлекательного.

Самаркандская область расположена в центре Узбекистана, имеет благоприятный климат, является крупным культурным центром, богатым памятниками истории и архитектуры, музеями и объектами, имеющими большое религиозное значение (комплекс Шахи-Зинда, мавзолей Аль-Бухари и др.)

В г. Самарканде функционирует международный аэропорт, недавно было закончено строительство новой четырехзвездочной гостиницы "Президент-отель".

Развитие туристической отрасли в Узбекистане несомненно. Если в 1988-89 гг. объем внутреннего и регионального туризма составлял 1,4-1,6 млн. человек, в том числе 130-180 тыс. иностранных туристов, то в 1997 г. в Узбекистан въехало 953,4 тыс. иностранных туристов из 61 страны мира.¹

Но если учесть огромный туристический потенциал Узбекистана и то, что развитие туризма может выступить катализатором ускоренного развития многих смежных отраслей, то можно заключить, что темпы развития туризма недостаточны.

На сегодняшний день в сфере туризма существует целый ряд проблем, требующих решения:

- Политическая нестабильность в соседних регионах. Ситуация усугубляется тем, что многие иностранные туристы отождествляют Таджикистан, Узбекистан, Узбекистан, т.е. не владеют полной и достоверной информацией.

- Дезинтеграционные процессы между странами Центральной Азии. Можно привести такие признаки как визовый режим Узбекистана с другими странами Центральной Азии, перебои транзитного железнодорожного сообщения, хотя туроператоры отмечают высокий спрос на туристический продукт "Путешествие по Великому шелковому пути", где город Самарканд играет одну из ключевых ролей.

- Неразвитость инфраструктуры туризма, низкий уровень состояния объектов обслуживания туристов (гостиниц, ресторанов и др.).

- Низкое качество информационных и рекламных услуг, отсутствие у потенциальных потребителей достаточной информации о Самарканде, туристических организациях и возможностях туризма.

- Множество пограничных формальностей и таможенных процедур, сложности с оформлением визы, приглашения, тяжелая психологическая атмосфера при пересечении границы, особенно при путешествии железнодорожным и автомобильным транспортом, обязательная регистрация, медицинские формальности, излишний контроль.

- Валютный контроль и фактическое отсутствие свободной конвертации, недостаточное количество обменных пунктов.

- Очень низкое качество сервиса, отсутствие квалифицированных кадров для сферы туризма, недостаточная конкуренция на рынке тури-

стических услуг, в определенных сферах Национальная компания "Узбектуризм" является монополистом.

Для решения данных проблем необходим комплексный подход. Он должен состоять из нескольких блоков:

1. Улучшение общей экономической ситуации: оптимизация налогового законодательства, либерализация внешней и внутренней торговли, решение проблем с конвертацией, развитие рынка кредитных средств для индустрии туризма и обеспечение свободного доступа к ресурсам, усиление конкуренции за счет увеличения количества туристических фирм.

2. Региональная интеграция, формирование общих туристических продуктов со странами Центральной Азии, увеличение видов предоставляемых услуг.

3. Упрощение туристических формальностей, т.е. ликвидация препятствий во время путешествия.

4. Либерализация туристического бизнеса: устранение излишнего контроля, бюрократических барьеров, как правило, возникающих при регистрации турфирм и торговле туристическими услугами; расширение налоговых льгот, обеспечение свободного доступа туристических фирм к кредитным и другим ресурсам, ликвидация бюрократических отношений.

5. Стимулирование туристического бизнеса, например, путем предоставления льгот молодежи, пожилым людям, инвалидам.

6. Подготовка профессиональных высококвалифицированных кадров для всех сфер и уровней туристического бизнеса, кардинальное изменение психологии работников сферы услуг. По этому поводу международный эксперт в области туризма д-р Й. Хетч сказал: "туристы, которые приезжают в Узбекистан, как правило не ожидают европейских или западных стандартов, но за свои деньги они хотят отдыхать в нормальных условиях. Для обеспечения этого нужны не столько огромные инвестиции, сколько изменения в подходах."

Итак, Самаркандская область обладает огромным потенциалом и возможностями для развития туризма. Как и другие отрасли экономики в переходный период, туризм в Узбекистане постоянно сталкивается со множеством проблем. Несмотря на это с каждым годом приток иностранных туристов увеличивается, однако развитие туризма все еще не идет в нужных темпах. Для этого необходимо разрешение скопившихся проблем. Для этого должен быть разработан комплексный подход с учетом эффективной работы туристической инфраструктуры, взаимосвязей между внутренним и международным туризмом, программ образования и профессиональной подготовки, социальной интеграции туризма, вопросов, регулирующих инвестиции и занятость.

Однако, независимо от темпов и направлений развития туризма, на высоком уровне должна обеспечиваться охрана окружающей среды, сохранение культурного наследия и устойчивое равновесное развитие.

¹ Таксанов А. Особенности национального туризма в Узбекистане // Экон. вестн. Узбекистана. 1999. №3. С. 56-57.

Секция 7
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
ПРЕДПРИЯТИЯ

К.С. Авдониин
*Самарская государственная
экономическая академия*

**ПРОБЛЕМЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
НА РОССИЙСКОМ И ЗАРУБЕЖНОМ РЫНКАХ**

В настоящее время, когда рынки переполнены разнородной продукцией, и когда конкуренция очень высока, важно правильно выбрать политику позиционирования предприятия. Неважно, каким бизнесом вы занимаетесь: производство подшипников или сдача площадей в аренду, главное правильно подать свой товар или услуги на рынке. Важнейшая задача предприятия - рассказать о себе, поднять уровень информированности потребителя и, создав определенный имидж, получить доход за счет повышения уровня продаж.

Проблема же состоит в том, что из-за нехватки знаний или средств, предприятие не может правильно подать рекламу, провести PR-кампанию, словом, заявить о себе. Именно по этой причине, молодые компании и фирмы не могут получить какой-либо процент рынка, ведь люди к новому относятся с подозрением и не рискуют покупать товар, неизвестной марки. Таким образом, предприятия, которые функционируют на рынке достаточно долго, имеют огромные преимущества за счет сложившегося у потребителя мнения об их продукции.

Рекламные кампании проводятся для того, чтобы дать возможность потребителю узнать о новых видах продукции, новых качествах товара и о превосходстве одной марки над всеми остальными. Словом, *основной целью российских рекламных кампаний* является информировать потребителя.

С этой задачей справляются практически все рекламные кампании, ведь главное в них не создать имидж сверхпрестижного бренда, а лишь информировать о его существовании.

Методология таких кампаний весьма разнообразна:

1. раздача пробных экземпляров;
2. рассылка по почте;
3. электронная почта;
4. дегустации/пробы;
5. выставки и сэйшн;
6. другое.

На самом деле, реклама информационного характера должна быть всего лишь первым шагом в целой PR-кампании. В современной России

в текущей экономической среде малые предприятия просто не обладают достаточными средствами на проведение полномасштабных кампаний. У руководителей фирм зачастую не хватает знаний в области рекламы, поэтому создаваемая реклама низкого уровня:

1. неграмотное построение кампании;
2. неверный выбор стратегии;
3. ошибочное определение целевой аудитории;

и как результат - неверное позиционирование компании или товара на рынке.

Определение позиционирования многогранно и неоднозначно. Позиционирование начинается с товара. Это может быть продукт, услуга, компания, социальный институт или даже человек.

Позиционирование - это операция на сознании потенциальных покупателей. То есть вы позиционируете продукт в умах своих клиентов. Это инструмент, используя который вы будете услышаны даже в нашем сверхкоммуникативном обществе.

Чтобы сегодня добиться успеха, придется спуститься с небес на землю. Вернуться к тому, что действительно волнует людей. Основной принцип позиционирования состоит не в том, чтобы создать нечто новое и отличное от других, а в манипулировании тем, что уже живет в умах потребителей, использовать уже имеющиеся связи.

Единственный шанс быть замеченным в коммуникативных джунглях - использование избирательного сообщения, концентрация на малых группах, сегментирование. Одним словом, позиционирование.

Защищаясь от колоссального объема сообщений, человеческое сознание отсеивает основной объем предлагаемой ему информации и принимает только то, что соответствует уже имеющимся знаниям и опыту.

В коммуникациях, как и в архитектуре, меньше означает больше. Для того чтобы сообщение проникло в глубь человеческого сознания, необходимо его "заострить". Отбросить все неясности, упростить, а потом, если вы хотите, чтобы его впечатление надолго осталось в памяти потребителей, еще раз упростить.

Истина несущественна. Что имеет значение, так это присущее сознанию восприятие. Суть *позиционирующего мышления* в том и состоит, чтобы принять увиденное как реальность, а затем реструктурировать его, чтобы создать желанную позицию.

Для понимания ментальных процессов не обойтись без знания психологии. Реклама - это "психология на практике".

Появление Интернета привело к тому, что возможности создания бизнеса "малой кровью" вышли на качественно новый уровень. Для основания "Amazon.com" Джеффу Безосу потребовалось \$300 000 (деньги, которые скопили в пенсионном фонде его родители). Пьер Омидар вложил в "eBay" не более чем собственные программистские способности и \$30 в месяц за доступ к Сети. Компания "Yahoo!" создавалась в трейлере силами двух аспирантов, которых, впрочем, составление Интернет-индекса интересовало больше, чем защита кандидатских диссертаций.

А правильный выбор деятельности и точное исследование электронного рынка позволили этим проектам стать такими, какими мы их видим сейчас - гигантами, лидерами в своих областях.

Раньше практиковалось "проталкивание" продуктов. Производители выпускали те товары, которые они хотели, и тратили на это столько денег, сколько им было удобно. А затем продавцы сбывали продукцию доверчивой публике. Новая экономическая система основывается на маркетинге, когда производитель уступает первенство потребителям.

Но, тем не менее, грамотное позиционирование товара или самого бренда создает необходимый имидж предприятия на рынке, и покупатель, конечно, охотнее купит вещь именитой марки, о которой говорят все и которая является воплощением качества и надежности. Но поскольку с монополиями ведется активная борьба и на ранке властвует конкуренция, возникает огромное количество разных брендов. И возникает парадокс: чем больше марок предлагается на выбор, тем сильнее потребность в лояльности к одному бренду.

В такой стрессовой ситуации хорошие марки выполняют три важнейшие функции:

1. Они экономят время.
2. Они формируют мнение.
3. Они создают индивидуальность.

Основной проблемой современного рекламного рынка является слабохарактерность рекламных агентств, большинство которых готово скормить клиентам все что угодно, лишь бы получить за это деньги.

Классическое маркетинговое исследование позволяет узнать о том, что думает средний потребитель. Но оно не способно идентифицировать те малозаметные аспекты культуры, из которых рождаются тенденции, перерастающие в гигантские объемы продаж. Поэтому если компания планирует обновить свою торговую марку, она должна сосредоточиться на тех немногих, кто покупает ее, и попытаться выяснить, почему они это делают.

Необходимо формировать положительные установки покупателей в отношении вашей компании еще до того, как в них возникнет реальная потребность. Для этого существует множество способов, от создания качественных товаров и реализации цивилизованной политики возврата до финансовой поддержки вызывающих интерес общественности мероприятий и корпоративной благотворительности.

Корни проблем, с которыми сталкивается большинство компаний, находятся не в производстве, а в сознании покупателей. Потребители ожидают, что компании будут экспертами в каком-то одном узком поле деятельности, особенно если они "обосновались" в крупном рыночном сегменте и добились признания у публики. По той же причине покупатели становятся весьма подозрительными, когда поле деятельности компании внезапно расширяется.

Наличие крепкого образа марки дает громадное преимущество. Гораздо эффективнее продвигать на рынке одну успешную концепцию для большой группы людей, чем 50 товаров или услуг под той же маркой для 50 различных групп.

Чтобы избежать ошибок, компания должна постоянно изучать своих покупателей. Необходимо задавать им такие вопросы, которые позволили бы респондентам четко формулировать то, какими они видят товары или услуги фирмы. Если их видение не совпадает с видением компании, то это может обернуться или скандалом, или крахом фирмы.

Итак. Рассмотрев проблему, можно сделать следующие выводы:

1. основной недостаток современного российского предприятия - отсутствие у руководства знаний и, соответственно, навыков в рекламном деле;
2. в России очень мало рекламных агентств, которые могли бы достойно представить товар или услугу фирмы на рынке;
3. отсутствие понятия "креативности" во многом затрудняет продвижение товара или бренда и не позволяет вести результативную рекламную деятельность;
4. поскольку нет мощных креативных лабораторий, то и отсутствуют российские бренды, которые были бы сродни по значимости таким гигантам как "Gucci", "Microsoft", "Benetton", "Ford", "McDonald's" и так далее.

Решение этих проблем позволит выйти российским продуктам на мировой рынок, поскольку развитие рекламы и RP-индустрии способствует развитию, продвижению товара, повышению уровня информированности потребителя.

Л.П. Бородулина

*Самарский институт (филиал)
Российского государственного
торгово-экономического университета*

МЕСТО И РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В МИРОВОМ ОБЩЕСТВЕННОМ ВОСПРОИЗВОДСТВЕ

Малый бизнес - это любая экономическая деятельность в малых предприятиях, с целью получения прибыли. Малое производство представляет собой специфический размерный уклад, характеризующий организационно-техническую сторону производства.

Малый бизнес сегодня охватывает многочисленную группу мелких собственников, в значительной мере определяющих социально-экономический и политический уровень развития цивилизованных стран. Собственники малых предприятий определяют социальное положение и уровень жизни большинства населения и выступают одновременно в роли производителей и потребителей различного вида товаров и услуг.

Малый бизнес прошел долгий путь развития, в ходе которого менялась его роль и место в общественном воспроизводстве. Он возникает в мелкотоварном производстве, пришедшем на смену натуральному хозяйству.

В процессе развития мелкотоварного производства произошло выделение малых предприятий, использовавших наемный труд. Эти субъекты хозяйствования, с одной стороны, стали организационно-экономической предпосылкой возникновения малого бизнеса, как вида

¹ См.: Государственное регулирование рыночной экономики / Под ред. В.И. Кушлина, А.А. Фоломеевой. М.: РАГС, 1998. С. 141.

деятельности с целью получения прибыли, с другой, исходным моментом становления рыночной экономики, экономических отношений между хозяйствующими субъектами.

Будучи первоначально небольшими, по размеру и числу они представляли малый бизнес и играли ведущую роль в системе общественно-го воспроизводства.

Накопление капитала, развитие ОПТ, НТР, становление крупного машинного производства и др. факторы объективно способствовали возникновению крупного и среднего производства и соответственно крупного и среднего бизнеса.

Малые предприятия представляющие малый бизнес в этих условиях не исчезают с арены общественного воспроизводства, но играют уже второстепенную роль, превращаются в одну из составляющих структуры общественного производства, в элемент мировой воспроизводственной системы.

Малый бизнес формирует широкую и разветвленную сеть небольших предприятий, действующих в основном на местных рынках и напрямую связанных с потребителями их товаров и услуг. Занимая свою "нишу", способствует осуществлению обмена и обеспечивает самовоспроизводство рыночной экономики.

До 1970-х гг. во всем мире малый бизнес был на вторых ролях, заполнял экономические ниши, непривлекательные для крупных производителей. Однако в последние два-три десятка лет положение существенно изменилось под влиянием целого ряда обстоятельств: усиления технологической конкуренции, ускорения научно-технического прогресса, роста платежеспособного спроса, повышения эффективности мелкосерийного и индивидуального производства (вследствие внедрения технологических и технических новшеств), расширения рынка венчурного капитала, изменения стиля жизни, ценностных установок. В мире начинает формироваться устойчивый интерес правительств большинства стран к малому бизнесу. В рамках промышленных стратегий разных по уровню социально-экономического развития стран, признается необходимость его поддержки. Корни этого интереса следует искать в экономических процессах протекающих в странах.

Мировые экономические кризисы 1973-75 и 1980-82гг. охватили практически все ведущие страны мира. Ситуация осложнилась тем, что экономический кризис переплетался с энергетическим, сырьевым кризисами и протекал на фоне мирового валютного кризиса, неустойчивости кредитно-денежной системы, усиления инфляции и обострения проблемы занятости.

Подобное экономическое потрясение означало, что сложившаяся в мировом хозяйстве модель государственного регулирования экономики себя исчерпала. Назрела необходимость ее реформирования. Реформирование экономики стран шло по пути разгосударствления и приватизации. К концу 1989г. приватизация охватила одну треть предприятий госсектора индустриально развитых стран с рыночной моделью экономики. Активно осуществлялась массовая распродажа муниципальных домов и квартир. Данные процессы не только активно стимулируют развитие и расширение сферы малого бизнеса, но и формируют к нему интерес со стороны государства.

НТР дала миру принципиально новую технику и технологию, которые с большим успехом применяются в децентрализованных структурах. Это обстоятельство изменило научный взгляд на роль крупных предприятий в общественном воспроизводстве.

Распространение новой техники и технологии в производстве приводит к тому, что эра крупных заводов и крупных индустриальных городов, которые были необходимым следствием физической концентрации машин и рабочих на ограниченном пространстве в целях экономии и лучшего управления, движется к закату. Размещение промышленности становится разбросанным, рассеянным в пространстве, размеры производственных единиц сокращаются¹. Рост производства становится возможным и без вертикальной интеграции, если процесс производства включает в себя стадии, которые могут быть разделены с технологической точки зрения. Подобное разделение становится целесообразным в условиях диверсифицированного спроса, меняющегося со временем. Сегодня эти возможности присутствуют в производстве многих потребительских (текстиль, одежда, обувь, мебель, керамика и др.) и некоторых продовольственных товаров. Техническая возможность разделения стадий производства в связи с происходящими изменениями в энергетике, внедрением новых информационных систем, улучшением сети коммуникаций и транспорта, появлением новой оргтехники будет увеличиваться. Сложные процессы, обычно интегрированные на крупных предприятиях, могут быть технически разделены между многими самостоятельными малыми и средними предприятиями.

Новые техника и технологии сделали возможным существования малого бизнеса, как в традиционных, так и в самых передовых отраслях промышленности.

Небольшие компании с одинаковым успехом выплавляют присадки из высоколегированной стали на собственных мини-заводах и выпускают высококачественную научную аппаратуру. Малый бизнес сегодня успешно функционирует в общем, машиностроении и генной инженерии, текстильной промышленности и микроэлектронике, кожевенно-обувном производстве и робототехнике. Более того, с небольшими динамично развивающимися компаниями во многих странах научная мысль связывает надежды на ускоренное развитие перспективных видов производства.

Хозяйственная практика показывает, что положение малого бизнеса меняется. Он становится признаваемым и полезным партнером и связке "крупное - мелкое". Крупные предприятия привлекают малые фирмы к субподрядным работам, доводке изделий, апробированию новых технологических и управленческих подходов. Подобное сотрудничество расширяет возможности крупных предприятий, делает промышленную структуру в целом более гибкой и мобильной. В результате малый бизнес превращается в важный взаимодействующий с другими формами элемент экономической среды. Мировая практика показывает, что его активно используют ТНК для расширения своих производственных и сбытовых сетей за рубежом и правительство разных стран. Например, правительство НИС проводя жесткую линию на обязательное

¹ Постиндустриальное развитие. М., 1993. С. 129.

привлечение крупными компаниями по субконтрактам предприятий малого и среднего бизнеса для производства компонентов и запчастей, способствует его развитию¹.

Тесное вертикальное сотрудничество малых предприятий с крупными, на основе передачи технологий по долгосрочным соглашениям, формируется в Индии. Например, машиностроительный завод "Марути" постоянно контактирует с 45 мелкими поставщиками, группа Тата закупает компоненты для своих производств у 800 мелких фирм². Субконтрактность признана самой распространенной формой кооперации малого и крупного производства. При этом роль малого бизнеса существенно меняется. Из подчиненного, зависимого от крупных компаний малый бизнес становится не только самостоятельным партнером. В определенном смысле уже можно говорить об определенной зависимости крупного бизнеса от малого. Так, на долю комплекующих изделий производимых малыми предприятиями, в общей стоимости легковых автомобилей, выпускаемых германскими корпорациями "Фольксваген" и "Даймлер-Бенц" приходится 60%. Аналогичный показатель у американских корпораций "Форд" и "Дженерал моторс" равен 50%, а у ведущих автомобильных компаний Японии "Тойота" и "Ниссан" превышает 70%. В Германии на долю субподрядчиков приходится 45% общего объема производства в транспортном машиностроении, 70-80% - в сталелитейной промышленности, а в целом в обрабатывающей промышленности - более 25%³.

Возрастание роли малого бизнеса связано и с его участием в сфере инноваций. Инновационные фирмы играют значимую роль в воплощении достижений НТП. Примером может служить компания "Микрософт". За последние годы около половины всех промышленных изобретений, таких как микропроцессор, персональный компьютер, интерфейс сделано малыми фирмами. Они активно и успешно разрабатывают средства программного обеспечения.

По данным Национального научного фонда США, в расчете на один доллар, вложенный в научно-исследовательские разработки, малые фирмы (до 500 занятых) дали вчетверо больше новинок, чем средние компании (до 1000 занятых), и в 24 раза больше, чем крупные корпорации (свыше 10 тыс. занятых). В расчете же на одного занятого результативность разработок небольших компаний вдвое выше, чем у крупных корпораций.

Такая результативность достигается не только за счет экономии на малых масштабах производства, но и благодаря невысокому уровню издержек, связанных с обеспечением и обменом информацией (небольшой коллектив гораздо быстрее воспринимает и генерирует новые идеи), а также лучшей координации действий и более оперативному принятию решений.

¹ "State-Owned Enterprise Reform in Vietnam. Lessons from Asia", Singapore. 1996. P.127.

² Брагина Е. Малый бизнес в развивающихся странах на фоне глобализации // МЭ и МО. 1998. № 6. С. 131.

³ Муравьев А.И., Игнатъев А.М., Крутик А.Б. Малый бизнес. Экономика. Организация. СПб., 1999. С. 28.

Наряду с инновационными фирмами, в сфере НИОКР возникают венчурные (рисковые) предприятия малого бизнеса. Они заняты созданием и производством нововведений. Как показывает мировая практика венчурный малый бизнес имеет несколько десятков организационных форм. Однако, как правило, в качестве малых предприятий они существуют недолго. Венчурные компании могут превращаться в акционерные или вливаются в более крупные фирмы. Они отличаются от инновационных более высокими темпами роста.

Зародившись в 1970-е гг., когда объективный ход научно-технического прогресса и структурные сдвиги в экономике потребовали не только сближения науки и производства, но и создания адекватного механизма кредитования и финансирования научно-технических разработок, доводки и внедрения открытий, изобретений и вообще любых нововведений, сопряженных с риском, но перспективных, венчурный бизнес вылился в несколько десятков организационных форм.

В США, например, действуют венчурные компании трех типов: корпоративные (дочерние компании крупных корпораций); независимые и частные инвестиционные компании малого бизнеса; действующие под эгидой Администрации по делам малого бизнеса. На первые два типа приходится около 600 компаний, на третий - около 500.

Венчурный бизнес можно охарактеризовать как аккумуляцию финансовых средств из различных источников (70% совокупного рискового капитала США составляют средства корпораций, индивидуальных вкладчиков и пенсионных фондов) для завершения научно-технических проектов, сулящих высокие прибыли.

Рисковые проекты реализуются усилиями трех сторон: разработчика нового товара или технологии, венчурной фирмы и инвесторов.

Как правило, венчурная фирма обращается к инвесторам уже на стадии появления опытного образца будущей серийной продукции, в основе которой лежат принципиально новые технические или технологические решения. После научной и коммерческой экспертизы инвестору предлагают рискнуть капиталом под гарантии венчурной фирмы в виде получения высоких барышей. Под выделенные деньги разработчикам предлагается в кратчайшие сроки довести изделие до промышленного образца. Обычно при рисковом финансировании на это уходит не более 6-9 месяцев вместо обычных 18-24.

Но бывает и по-другому: на первом этапе инвестируется идея, на втором - организация производства, на третьем компания уже производит продукцию, но еще не приносит прибыли, а на четвертом, после продвижения новшества на рынок, или становится самостоятельной, или поглощается крупной фирмой. Весь процесс может занять от 5 до 10 лет.

Таким образом, на современном этапе сформировалась новая модель общественного воспроизводства, где малые предприятия играют важную, значимую роль. Эксперты ЮНИДО отмечают, что по мере глобализации экономики "...растет значение малых и средних предприятий в промышленном развитии, экспорте и особенно занятости"¹. Про-

¹ "UNIDO. The Globalization of Industry: Implications for Developing Countries Leynd 2000". Vienna. December. 1996. P. 4.

изошла качественная переоценка малого бизнеса и его значимости. Этому способствовали как процессы и сдвиги в социально-экономической структуре общества в развитых странах, так и смена ориентации в мотивациях труда, потребительских настроениях.

Крупное массовое производство, удовлетворив спрос на стандартные потребительские товары и в основном, выполнив свою задачу, создало стимул к формированию дифференцированного "точечного", индивидуального спроса. Его удовлетворение не требует ни крупных заводов, ни индустриальных городов, но необходимы свободные производственные мощности для гибкого маневра, освоения новых мелкосерийных типов продукции, подвижная многофункциональная рабочая сила, маркетинг, прогнозирующий резко сокращающиеся по времени циклы жизни товара. Увеличение доходов населения развитых странах, рост образования и др. причины способствуют индивидуализации потребления. Это меняет принципы сервисного обслуживания, обуславливает возникновение подвижных небольших подразделений способных быстро откликаться на запросы потребителей. Перечисленными возможностями обладает малый бизнес.

Малый бизнес, не конвейерный по своей сути, начинает перемещаться во все хозяйственные структуры реального сектора экономики. Однако, как показывает мировая практика, наиболее сильные позиции он имеет в торговле и сфере услуг. Так, доля малых предприятий оптовой торговли частного сектора США составляет - 86%, розничной - 55% и сферы услуг - 81%.

Бурное развитие малого бизнеса в торговле и сфере услуг связано, прежде всего, с низкой начальной капиталоемкостью начинаний. Предпринимателю, решившему открыть небольшой магазинчик, достаточно иметь стартовый капитал в несколько тысяч долларов и не нужна особая профессиональная подготовка. Факт создания малых предприятий нередко связан с частичной диверсификацией крупного бизнеса (выделение таких функций, как охрана, эксплуатация, ремонт, послепродажное обслуживание и др.). Как свидетельствует практика, собственное дело в сфере услуг часто открывают высококвалифицированные работники крупных компаний, накопив стартовый капитал (ремонтные мастерские предприятия коммунального обслуживания, небольшие гостиницы и т.п.). Следовательно, малый бизнес создает предпосылки и условия для формирования в обществе класса собственников, владельцев-предпринимателей. Рост его масштабов позволяет решать государству проблему занятости. А в условиях изменения структуры рынка труда, обусловленной увеличением доли работающих женщин, имеющих детей, малый бизнес способен обеспечить их работой. Для крупных предприятий эта категория работников не является объектом найма. Тогда как на малых предприятиях получил распространение опыт "женского предпринимательства".

Таким образом, на современном этапе имеются объективные и субъективные предпосылки для масштабного развития малого бизнеса.

Экономические реформы, проводимые с начала 90-х годов в странах Центральной и Восточной Европы, показали, что малый бизнес в ходе перестройки административно-командной, монополизированной

экономики является результатом и инструментом реформирования, разгосударствления собственности, разукрупнения промышленных, транспортных, топливно-энергетических, снабженческо-сбытовых "колоссов". С одной стороны, разгосударствление, приватизация способствуют возникновению малых предприятий, с другой, существование множества субъектов хозяйствования в т.ч. и малых, создает атмосферу здоровой конкуренции, более эффективной мобилизации природных ресурсов, позволяет решать социально-экономические проблемы. Малым предприятиям отводится важное место в осуществлении прорыва на магистральных направлениях науки, разработке и внедрении технических и экономических новшеств.

Таким образом, мировая хозяйствующая практика показывает, что малый бизнес является важной составляющей общественного воспроизводства и стратегическим направлением не только обновления, но и становления рыночной модели экономики.

Е.В. Волкодавова
*Самарская государственная
экономическая академия*

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

При экспонировании своей продукции на международной выставке каждое предприятие должно обладать первоначальным уровнем экспортного потенциала. Этот уровень экспортного потенциала формируется в системе экономического потенциала экспортоориентированного предприятия, является неотъемлемой его составляющей, количественно выраженной в объемах поставок на экспорт конкурентоспособных продукции или услуг. Экспортный потенциал экспортоориентированного предприятия (ЭОП), по нашему мнению, характеризует средства и ресурсы, имеющиеся в наличии, а также средства, которые реально могут быть мобилизованы предприятием и использованы для достижения заданной (желаемой) производственно - коммерческой цели на внешнем рынке. Экспортный потенциал ЭОП определяет только экспортные возможности предприятия, но реализация этих возможностей достигается системой организации, планирования и управления экспортным потенциалом. Поэтому для успешного функционирования на внешних рынках для каждого субъекта внешнеэкономической деятельности имеет значение не только наличие мощного экспортного потенциала, но и выбор хозяйственного механизма его реализации. В данной статье мы остановимся на направлениях и организационно-экономических факторах формирования экспортного потенциала предприятия, а также влиянии средства деловой коммуникации - международной выставки на формирование и развитие отдельных его составляющих.

Международная выставка не может решить всех вопросов и проблем, связанных с формированием экспортного потенциала промыш-

ленного предприятия ,но безусловно оказывает влияние на основные направления и факторы его формирования.

Мы выделяем следующие основные направления формирования экспортного потенциала промышленного предприятия на базе: производственной деятельности; маркетинговой деятельности; инвестиционной деятельности; инновационной деятельности, а к организационно-экономическим факторам его формирования относим: степень конкурентоспособности продукции и услуг предприятия ;возможности обеспечения коммерческих условий экспортной поставки; возможности и качество ресурсного обеспечения производства всеми видами производственных ресурсов; организацию товаропроводящей и сбытовой сетей и сервисного послепродажного обслуживания. Важную роль при этом играет характер используемых коммуникаций, механизм влияния которых мы рассмотрим на примере участия предприятия в международной выставке.

В настоящее время выставочная деятельность является одной из эффективных форм установления внешнеэкономических связей, выхода на зарубежные рынки, осуществления маркетинговой политики предприятия. Все вышперечисленное дает нам основание считать её одним из факторов формирования экспортных возможностей промышленных предприятий. Выставка - это одна из форм апробации и зондирования рынка, особенно для продукции и услуг, производство которых только начинается, следовательно, главной целью выставки является ознакомление потенциальных покупателей с товаром или услугой.



Рис. Факторы формирования экспортного потенциала промышленного предприятия в довыставочный период

Формирование ЭП промышленного предприятия может осуществляться как в довыставочный период, так и во время проведения выставки.

Механизм формирования ЭП промышленного предприятия в довыставочный период представлен на рис. . Период подготовки к международной выставке может длиться в зависимости от периодичности её проведения от нескольких месяцев до года и более. За это время предприятие должно ознакомиться с основными условиями участия в выставке и оценить соответствие своих экспортных возможностей и целей

участия с требованиями организаторов выставки. В случае совпадения экспонент получает приглашение на участие в выставке. В случае несоответствия или частичного соответствия требованиям участия в международной выставке экспонент ,по результатам проведенного анализа, должен приступить к формированию конкурентных параметров ЭП. Формирование ЭП происходит и по результатам участия в выставке . В период проведения выставки предприятие может столкнуться с ситуацией ,когда казалось бы конкурентоспособные в довыставочный период продукция и услуги стали неконкурентными. В международной практике такое может случиться если :

- на выставке появился конкурент с более высоким уровнем технологий и ноу -хау ;
- если услуги и сервис предприятия не выдерживают конкуренции ;
- если брендинг - менеджмент предприятия отсутствует или слабо развит ;
- изменилась регламентация внешнеторговых операций в стране экспонента или стране организации международной выставки;
- формы реализации внешнеэкономической деятельности оказались неконкурентоспособны.

Эта ситуация также должна подвергнуться тщательному анализу после чего вырабатывается программа совершенствования конкурентоспособности всех составляющих ЭП.

Опыт и практика проведения выставочных мероприятий показывают, что на современном этапе развития выставочной деятельности сформировалось несколько типов выставок, которые значительно различаются по форме проведения, составу участников, по целям и задачам проведения, а следовательно по степени влияния на формирование экспортного потенциала промышленного предприятия. Рассмотрим из множества существующих один классификационный признак - характеристику международных выставок по организации их проведения ,который наиболее наглядно позволяет проследить и оценить это влияние . Выделяются следующие типы выставок: выставка; выставка-ярмарка; выставка-конференция; выставка-форум; выставка-салон; выставка - демонстрационный зал.

Выставка в своем классическом значении представляет собой мероприятие, на котором участники выставляют свою продукцию, заявляя о себе, позиционируя себя на рынке. Контракты на выставке заключаются очень редко, чаще подписываются протоколы о намерении. В этом случае наиболее ярко проявляется производственная составляющая формирования экспортного потенциала предприятия, подтверждающая или нет степень конкурентоспособности рекламируемой продукции или услуги предприятия с точки зрения потребителя или конкурента. Здесь только зарождаются имиджевые возможности и брендинг предприятия.

Проведение выставки-ярмарки предполагает подписание контрактов купли-продажи и имеет своей целью увеличение числа клиентов, рост объемов сбыта. На ярмарке, в её традиционном значении, участникам предоставляется право продажи своей продукции. Выставка-ярмарка предоставляет как право экспонирования и заключения сделок, так и осуществления оптовой и розничной торговли. Этот тип выста-

вочной деятельности формирует производственную и маркетинговую составляющую экспортного потенциала предприятия. Кроме подтверждения степени конкурентоспособности продукции и услуги, создаются условия для позиционирования, развития брендинга предприятия, дилерской, дистрибьюторской и агентской сети, взаимоотношений с поставщиками сырья и комплектующих, фирмами, организующими послепродажное обслуживание и проч.

Совсем другая ситуация складывается на выставке-конференции или выставке-форуме, которые по сути своей довольно схожи. Здесь основным мероприятием является проведение конференции, форума, а выставка используется в качестве сопутствующей программы и может быть представлена как выставочным залом, так и несколькими планшетами. Этот тип выставочной деятельности формирует производственную, маркетинговую, инновационную, инвестиционную составляющую экспортного потенциала, так как цели участия в конференции или форуме разнообразны для каждого экспонента: это может быть участие в дискуссии по какой-либо проблеме, налаживание и укрепление деловых контактов, презентация новых технологий, поиск инвесторов для их разработок или внедрения и проч.

Выставка-салон - это одно из самых дорогостоящих выставочных мероприятий, которое обязательно сопровождается показом действующей модели продукции. Основным на такой выставке является показ, хотя он может сопровождаться проведением семинаров и конференций в качестве сопутствующих мероприятий. Демонстрационный зал представляет собой тот же салон, но меньших масштабов. Особенностью и отличительной чертой этих типов выставки является пристальное внимание к качеству выставленной продукции и проведение оценки этого качества. Этот тип выставочной деятельности, пожалуй, в комплексе всех составляющих реализует экспортный потенциал промышленного предприятия, но особенно - имидж и поиск новых инвесторов и рынков сбыта.

Практика внешнеэкономической деятельности промышленных предприятий свидетельствует о том, что те предприятия, которые анализируют и учитывают факторы формирования экспортного потенциала на всех стадиях подготовки и проведения международных деловых коммуникаций в том числе и международных выставок, успешно достигают свои стратегические цели в процессе их проведения.

Ю.В. Вобликова

Ульяновский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ

Западный опыт маркетинга свидетельствует о том, что практически все корпорации весьма неохотно выходят на внешние рынки, предпочитают заниматься "домашним" маркетингом. Осуществление производственной и сбытовой деятельности на иностранном рынке, как правило,

связано с необходимостью изучения чужого языка, привычек, традиций и потребностей потребителей. Владелец товара постоянно сталкивается с политической неопределенностью, экономической нестабильностью, а также с потребностями приспособлять свой товар под непривычные потребительские нужды иностранных потребителей. Все эти проблемы помимо дополнительных хлопот для производителя или сбытовика связаны с увеличением расходов.

Вместе с тем практика внешнеэкономической деятельности любой фирмы свидетельствует о том, что, не смотря на указанные трудности, предприниматели стараются занять определенные ниши мирового рынка товаров и услуг. Это стремление связано с действием ряда политических и экономических факторов: ослаблением маркетинговых возможностей или изменением конъюнктуры на внутреннем рынке (снижение темпов экономического роста, высокие налоги, государственная поддержка внешнеэкономической экспансии государством), а также появление новых рыночных возможностей. Все это создает необходимость и возможность осуществления корпорациями выхода на рынки других государств.

Таким образом, всемирно известные транснациональные корпорации получают более половины своих доходов с продаж, проводимых за рубежом. В нашей стране это "BASF" (ФРГ), "ELECTROLUX" (Швеция), "PROCTER&GAMBLE" (США), "SONY" (Япония), "Coca-Cola" (США), "Pepsi-Cola" (США). Ведь каждый национальный рынок всегда ограничен: количеством населения, спросом, доходами.

Так, например, на рынке США демонстрируют феноменальный успех японские автомобилестроительные концерны. Так, январский (1997 г.) экспорт автомобилей "TOYOTA" составил 234% против уровня 1996 г., что обеспечило ей рекордные прибыли. Чистая прибыль другого активного экспортера, третьего по величине производителя японских автомобилей - компании "HONDA" - по итогам завершившегося 31 марта 1996-97 финансового года выросла более чем в три раза

Итак, что же такое международный маркетинг и международная компания, каковы их определения.

Международный маркетинг обычно определяют как маркетинг товаров и услуг за пределами национальных границ или как маркетинг, реализуемый международной компанией. Эксперты ООН относят к **международным компаниям** те фирмы, которые производят и распределяют продукты и услуги в двух и более странах.

Основными чертами международного маркетинга являются требования гораздо большего напряжения сил, активности, наступательности, предприимчивости, чем маркетинг на внутреннем рынке. Опыт маркетинговой деятельности свидетельствует о том, что в принципиальном и структурном планах международный маркетинг не имеет каких-либо коренных отличий от маркетинга на национальном рынке. Сложность состоит в том, что здесь труднее добывать рыночную информацию, здесь действует значительно большее количество факторов, тенденций, да и просто субъектов рыночной деятельности. Какие-то отработанные действия и подходы в одной стране могут быть совершенно непригодными в другой стране.

Перед предпринимателями на зарубежном рынке чаще всего встает ряд **экономико-политических проблем**:

- *политическая нестабильность в стране*. Частая смена правительств и политики в отношении экономики не способствуют инвестиционной и сбытовой деятельности иностранных предпринимателей в данной стране. Собственность иностранных предпринимателей может быть в любое время национализирована, могут быть ограничены возможности репатриации капиталовложений и т.п.;

- *нестабильность экономического развития*, сопровождающаяся спадом производства, высокой инфляцией, низким обменным курсом национальной валюты;

- весьма значительная *внешняя задолженность* многих стран и вытекающая из этого их низкая платежеспособность;

- *жесткие правительственные требования по отношению к иностранному капиталу*: например требование большей доли внутреннего партнера в совместных предприятиях, его представительства в руководстве фирмой, требования передачи технологических и других секретов, ограничения на вывоз прибыли;

- *тарифы и другие таможенные ограничения*, довольно часто применяемые правительствами для поддержки отечественных предприятий, внутренние стандарты на импортируемые товары, другие специальные требования и ограничения;

- *коррупционность экономической среды*, требование взяток, других нелегальных уступок за предоставление возможностей для кооперации, деловой активности на рынке данной страны.

Не смотря на то, что международный маркетинг сохраняет актуальность принципов маркетинга предприятий, работающих на внутренних рынках, следует помнить, что определенная специфика, порожаемая особенностями функционирования внешних рынков и условиями маркетинговой деятельности на них, придает международному маркетингу черты, которые обязаны учитывать национальные компании.

Итак, **основные проблемы (ограничения) международного маркетинга**:

- *Законодательные ограничения*. Некоторые страны регулируют рекламную деятельность на более тщательном уровне. Закон может ограничивать затраты на рекламные программы, использовать СМИ, типы рекламируемого продукта, определить манеру, в которой может быть разрекламирована цена использования иллюстрационных материалов. В Германии, например, противозаконно употреблять сравнительную терминологию. Во Франции запрещено участие детей в телевизионной рекламе в целях одобрения или указания на качество продукции.

- *Языковые ограничения*. Язык является одним из основных барьеров, стоящих на пути к успешному общению в области рекламы. Существуют сложности интерпретации и адекватного перевода рекламных девизов с одного языка на другой. Когда "Дженерал Моторс" стала продавать свои новые модели "Шеви Нова" в Южной Америке, то никто не мог представить, что на испанском языке это название звучит как: "Не едет", в результате компания переименовала модель в "Карибе". Для Китая название "Кока-Кола" сначала перевели как "Кекон-Ке-Ла". На-

печатав тысячи этикеток, выяснили, что это выражение означает "кобыла, напшигованная воском".

- *Социально-культурные ограничения*. Коммуникация осложняется тем, что восприятие и понимание разных народов отличается. Например, белый цвет в Европе ассоциируется с чистотой и невинностью, а в Азии - со смертью.

- *Доступность СМИ*. Насыщенность СМИ везде очень разная, соответственно цена на рекламу меняется в соответствии с этим фактором. Стоимость донесения информации до тысячи читателей в разных странах варьируется от 1,58\$ в Бельгии до 5,91\$ в Италии.

- *Уровень конкуренции* диктует свои правила работы на рынке. Поэтому при вхождении на зарубежный рынок необычайно важно оценить свои силы с силами конкурентов. Существует и обратный пример, когда конкуренция на внутреннем рынке заставила шведскую компанию "ИКЕА" выйти на зарубежные рынки, создать там свои производства (в Польше, а затем и в Германии), и в последствии стать известнейшей компанией во всем мире.

- *Изучение зарубежных рынков, их возможностей и требований*. Этот исходный момент в международном маркетинге обычно является гораздо более сложным и трудоемким, чем исследование внутреннего рынка.

Самые масштабные исследования того или иного рынка могут обойтись фирме в несколько сот тысяч долларов, тогда как потери могут оказаться роковыми. Так, неудача компании "Форд" в случае выхода на рынок с автомобилем "Америкэн Эдсель" обошлась в 250 млн. долларов. Итак, выход на зарубежный рынок ставит компанию в ситуацию, совершенно отличную от той, которая может быть ей знакома из опыта работы на национальном рынке.

- *Международный цикл продукции*. Стадии жизни товара на зарубежном рынке влияют на результат деятельности компании, для каждого этапа характерны определенные проблемы: на стадии внедрения товара на зарубежный рынок торговля обычно убыточна. Объем продаж незначительный, маркетинговые расходы велики. На стадии роста - признание покупателями товара и быстрое увеличение спроса на него. Продажи и прибыли растут, расходы на рекламу в целом стабилизируются. На стадии зрелости - стабильные объемы продаж, рост повторных заказов. Стадия спада - период плавного или резкого снижения продаж и прибылей.

Таким образом, продвижение товара на зарубежные рынки связано с решением множества проблем, теория и практика, приведенные в данной статье этому доказательство. Но, не смотря на сложности, международная деятельность приносит значительные позитивные результаты не только для самих международных компаний, но и для населения в целом. Приход новой компании на рынок - это новые товары, услуги, рост конкуренции, а значит снижение цен и повышение качества, дополнительные рабочие места.

ПОВЫШЕНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

Изменившаяся политико-экономическая ситуация в нашей стране оказала существенное влияние на подготовку специалистов в области внешнеэкономической деятельности. Если раньше знание иностранного языка для работающих в этой области хотя и являлось компонентом профессиональной компетенции, но имело характер второстепенный в сравнении со специальными знаниями, то в настоящее время компетентность специалиста такого рода во многом определяется его умением пользоваться иностранным языком.

В условиях глобализации Россия становится неотъемлемой частью мирового сообщества со всеми вытекающими последствиями, и достойна занять в мире подобающее её положению место. Каждый человек и все государство, как никогда прежде, заинтересованы в практическом владении иностранными языками.

Одним из путей повышения коммуникативной компетенции специалистов экономических специальностей представляется обучение аудированию (восприятию и пониманию на слух) иноязычной речи в условиях личностно-ориентированного подхода в обучении. *Личностно-ориентированный* подход к образованию и воспитанию - это такой подход, который предполагает учет потребностей, возможностей, склонностей и приоритетов обучаемого, а сам обучаемый наряду с преподавателем выступает в качестве активного субъекта деятельности учения и познания (Бим, 2002: 11) Как известно, интегративной целью обучения иностранным языкам в рамках личностно-ориентированного подхода является овладение коммуникативной компетенцией, которая понимается как "способность и готовность осуществлять иноязычное и межкультурное общение с носителями языка" (И.Л.Бим, 2002: 11).

В то время как коммуникативное, личностно-ориентированное обучение языку занимается развитием навыков всех видов речевой деятельности (чтения, письма, аудирования и говорения) и их естественным совместным использованием, наиболее целесообразным и значимым нам представляется обучение аудированию иноязычной речи по трем основным причинам.

1. Специальное обучение аудированию в настоящее время не находит воплощения в содержании обучения. Аудирование "размывается" по многим аспектам. Не имеющие учебной стратегии задачи не достигают общей, декларируемой Программой и квалификационными характеристиками цели..." (Халеева, 1989: 38).

2. Овладение навыками аудирования - это прямой путь к получению информации на протяжении всей жизни через многочисленные средства массовой информации (телевизионные и радиоканалы), интер-

нет, видео - и звукозаписи для решения вопросов профессионального и личного характера.

3. Формирование умений аудирования является обязательным компонентом профессиональной компетенции и ведет к повышению способности студентов, а в дальнейшем выпускников вуза к спонтанному иноязычному общению в профессиональной, культурно-бытовой и др. сферах.

Проведенный анализ специальной литературы позволил сформулировать отличия личностно-ориентированного подхода от, так называемого, традиционного. Вот основные отличия:

1) в центре учебно-воспитательного процесса находится учащийся или взаимодействующие между собой учащиеся;

2) вместо процесса обучения и преподавания - процесс учения и познания;

3) передача учащимся не конкретных знаний, а способов работы;

4) преподаватель - не единственный источник информации, который должен передать учащимся накопленные человечеством знания, а скорее, компетентный консультант, помощник, координатор самостоятельной, активной познавательной деятельности учащихся;

5) полученные результаты обучения сравниваются не с результатами других учащихся, а со своими же прежде достигнутыми;

6) приоритетным направлением в совместной познавательной деятельности является сотрудничество, а не соревнование.

Основным средством обучения иностранному языку является языковая среда, а все остальные средства являются вспомогательными, их назначение - создание более или менее ярко выраженной иллюзии приобщения к языковой среде. Проведение занятий на иностранном языке с широким использованием аудитивных и аудиовизуальных средств создает модель иноязычной среды и представляется наиболее оптимальным решением проблемы повышения профессиональной и коммуникативной компетенции специалистов-экономистов, осуществляющих международные деловые коммуникации.

* * *

Бим И.Л. Личностно-ориентированный подход - основная стратегия обновления школы // Иностранные языки в школе. № 2. С. 11 -15.

Халеева И.И. Основы теории обучения понимания иноязычной речи. М.: Высш. шк., 1989. 238 с.

И.В. Гусева
*Самарская государственная
экономическая академия*

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ МИССИЙ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Расчет эффективности проведения международных экономических миссий для промышленных предприятий является важнейшим элементом их анализа, т.к. позволяет предприятиям оценить целесообразность

участия в них, а также экономические, социальные и проч. последствия реализации каждого соглашения. Разработка методики расчета эффективности осложняется следующими трудностями:

- Во-первых, не существуют такие методики расчета эффективности международных деловых коммуникаций, которые могли бы дать их полную оценку и характеристику. Существующие методы оценки результатов реализации внешнеэкономической деятельности через данные формы оценивают эффективность проведения международных деловых коммуникаций односторонне.

- Во-вторых, специфичность международных экономических миссий как новой формы международных деловых коммуникаций требует системного подхода к оценке их эффективности. Т.е. данный подход должен оценить эффективность: качественно и количественно; с позиции каждого участника и субъекта и не только с экономической стороны.

- В-третьих, отсутствует разработанная и используемая Методика оценки эффективности международных экономических миссий.

Поэтому разрабатываемая нами Системная методика оценки эффективности международных экономических миссий для предприятий должна учитывать необходимость расчета эффективности в долгосрочном и краткосрочном периодах (что подразумевает приведение показателей к единому моменту времени, учет инфляционных и прочих факторов); учитывать взаимосвязь эффективности миссий и экономического (в том числе и экспортного) потенциала предприятий; учитывать влияние результатов деятельности предприятий на эффективность субъектов Макро- и Мезоуровней (т.е. расчет "косвенной эффективности") и проч.

Приняв во внимание все перечисленные факторы, мы разработали методику расчета эффективности Международных экономических миссий для предприятий-участников, включающую следующие "составляющие":

I. Результативность на этапе проведения международной экономической миссии (качественные и количественные показатели) и обобщающие показатели участия в международных экономических миссиях (количественные показатели).

II. Краткосрочная экономическая эффективность от участия в миссии по ее завершению (количественные показатели).

III. Долгосрочная экономическая эффективность (количественные показатели).

IV. Сводный показатель экономической эффективности международной экономической миссии. Показатели влияния эффективности международных экономических миссий на экономический потенциал предприятия (количественные и качественные показатели).

V. Показатели оценки влияния миссий на имидж предприятия (качественные показатели).

VI. "Косвенная долгосрочная эффективность", включающая в себя экономическую, экологическую, социальную и проч. составляющие (количественные и качественные показатели).

Основная задача предлагаемой методики - не просто расчет экономической эффективности отдельных сделок, а расчет эффективности именно миссии (-ий) в целом для предприятия. В том случае, если по итогам международной экономической миссии предприятием было за-

ключено несколько контрактов, сроки исполнения и предметы которых сильно различаются, необходимо: Во-первых, для каждого контракта рассчитать отдельную эффективность сделки, в соответствии с временными рамками и предметом контракта. Во-вторых, рассчитанные показатели необходимо привести к единому виду и рассчитать *совокупный (интегральный) показатель экономической эффективности*. При расчете интегрального показателя необходимо заострить внимание на двух важных моментах: 1) Проблема повторного учета затрат. Ведь "Результаты" каждой сделки - индивидуальны, а "Затраты" каждой сделки, независимо от вида рассчитанной эффективности, будут включать в себя одни и те же затраты на участие в миссии; 2) Часто возникают ситуации, когда показатель результата выражен не в стоимостных единицах измерения (если речь идет о доле рынка, повышении качества продукции, повышении имиджа предприятия и проч.) и не может быть прямо сопоставлен со стоимостным показателем затрат. В этом случае рекомендуется использование индексных методов.

Хотелось бы сделать следующий вывод. Методика оценки эффективности международных экономических миссий для предприятий, с одной стороны, включает в себя все необходимые элементы и рассматривает эффективность со всех возможных позиций. Но существует множество пробелов по причине того, что по многим параметрам оценка может быть проведена более детально и наглядно только при практических расчетах.

С.В. Евсеев

*Самарская государственная
экономическая академия*

ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Туристский комплекс области с точки зрения технологической обеспеченности имеет черты, характерные для общероссийского уровня. Большая часть материально-технической базы туристской сферы области была создана еще в 1960-1980-е гг. Сейчас насчитывается порядка 150 рекреационных объектов, которые обслуживают ежегодно около 180 тыс. человек, что для такого региона не может считаться достаточной цифрой. Многие дома отдыха, турбазы и летние лагеря устарели и не соответствуют высоким мировым стандартам комфортабельного отдыха. По классификации регионов страны по уровню развития материальной базы туризма, Самарская область входит в группу регионов со средним уровнем развития материальной базы, предполагающих относительно низкие капиталовложения. Тем не менее, в развитии инфраструктуры одним из сдерживающих факторов является удаленность аэропорта, слабое развитие сети автомобильного транспорта. Это является одним из ключевых негативных факторов, влияющих на наличие высокотехнологичных гостиниц в Самарском регионе. Во многом следствием

этого стал отказ владельцев международной сети отелей Marriott в сотрудничестве с российским партнером.

На современном этапе развития туристский комплекс области не способен привлечь туристов, имеющих потенциальную возможность останавливаться в отелях класса "4+ звезды". Потребителями услуг отельеров такого рода могут быть туристы с профессионально-деловыми целями (например, сотрудники ТНК Nestle, СП GM-АвтоВАЗ), но эта категория клиентов, чаще всего, предпочитает небольшие частные отели с высококлассным уровнем сервиса. Оптимальным вариантом и точкой для развития будет возведение 2-3-х звездных гостиниц. Однако развитие гостиничного бизнеса в области осуществляется с большим трудом; это обуславливается достаточно большим сроком окупаемости гостиницы - 8-12 лет. Кроме того, Самаре, как туристическому центру надо увеличить количество мест в гостиницах, как минимум вдвое, однако даже с учетом всех строящихся в настоящее время гостиниц спрос в значительной степени останется неудовлетворенным.

Таким образом, отсутствие приемлемых мест размещения (и в первую очередь, комфортабельных гостиниц высокого класса) сводит к нулю все надежды на увеличение притока иностранных туристов в регион.

Также к негативным моментам следует отнести тот факт, что лишь незначительное число природно-климатических условий в регионе можно отнести к подлинно-рекреационным. Следовательно, необходимо как можно более полное информирование потенциальных туристов о возможностях природно-релаксационного туризма. В свою очередь, имеющиеся культурно-исторические объекты обладают достаточной степенью привлекательности для иностранных туристов и развитие этого направления туризма видится достаточно перспективным.

На протяжении последней декады 20 в. в отношении экспорта туристских услуг в развитые страны прослеживался отрицательный тренд, демонстрирующий абсолютное сокращение числа прибытий туристов из этих стран, и, как результат, сокращение объемов валютных поступлений в доходах региональных турфирм. Вызвано это, по нашему мнению, прежде всего, тем, что туристская инфраструктура практически не развивалась. Из 23 тысяч иностранных граждан, посетивших область в 2001 году, лишь 2% назвали своей целью релаксационный туризм. В тоже время в период до кризиса 1998 г. туристские обмены между странами постсоветского пространства оставались примерно на одинаковом уровне и лишь только после девальвации рубля объем туристов из стран ближнего зарубежья стал возрастать. Это достаточно позитивный факт, однако если состояние туристского комплекса области не изменится, то по прошествии определенного периода времени и эти туристские потоки переориентируются.

Таким образом, в настоящее время приоритетным направлением в деятельности туроператоров, действующих на региональном туристском рынке является организация выездного туризма. На сегодняшний день в Самарской области существует около 240 турфирм. При этом, в основном это турагенты московских и иностранных туроператоров. В тоже время нельзя не отметить положительные тенденции в туристском бизнесе региона. Прежде всего, это процесс формирования крупной По-

волжской межрегиональной туристской компании "Большая Волга", созданной на основе "Самараинтур" и объединяющей турфирмы из Самары, Тольятти, Нижнего Новгорода, Ульяновска. Основной целью деятельности данной организации является развитие туризма в Поволжском регионе до уровня 4-х наиболее раскрученных в отношении туризма российских регионов: Москва, Санкт-Петербург, Золотое кольцо и Сочи. На наш взгляд, именно такая мера в полной мере способствует развитию туристской сферы в регионе: в условиях, когда разрозненные местные мелкие туроператоры не в состоянии конкурировать с более крупными производителями, объединение их в пулы позволяет повысить степень рыночной власти.

Дальнейшее развитие областной туристской индустрии требует значительных инвестиций в туристскую инфраструктуру. При этом, инвестиции должны носить адресный характер, с предшествующей им санацией нерентабельных туристских объектов. Нужны реальные рекреационные объекты, привлекательные для массового иностранного туриста. Необходимо развивать значительный туристский потенциал области, имеющийся в настоящее время. Мощным катализатором этого процесса, несомненно, станет образование крупных региональных туроператорских объединений со сферой интересов, направленных на развитие внутреннего, межрегионального и выездного туризма. Все вышеперечисленное позволит уже в среднесрочной перспективе в значительной степени повысить конкурентоспособность регионального туризма.

Ж.Ж. Жалолов, И.А. Ахмедов
*Ташкентский государственный
экономический университет*

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Сегодня мир стал глобальным сообществом. Благодаря научно-техническому прогрессу туристскому бизнесу доступны такие места, которые ранее были закрыты. Туризм также становится глобальным бизнесом, стремительно расширяющийся рынок которого не оставляет без внимания ни один регион мира. Практически туризм сегодня влияет на каждый континент, страну, город. Это влияние проявляется в росте уровня социально экономического развития страны.

Основной движущей силой цивилизованного человеческого общества в процессе его развития было и остается возможно более полное удовлетворение потребностей всех социальных слоев населения в материальных, духовных благах, разнообразных услугах, что зависит как от уровня развития собственной экономики отдельно взятой страны, так и от уровня развития ее мирохозяйственных связей.

Сегодня объективной реальностью является факт международного объединения усилий, средств, ресурсов в процессе мирохозяйственной экономической деятельности с тем, чтобы на основе международного

разделения труда использовать преимущества международного туризма для наиболее полного удовлетворения потребностей современного общества в разнообразном и качественном туристском продукте.

По определению Организации Объединенных Наций, туризм является одним из необходимых видов человеческой деятельности, заслуживающим одобрения и поощрения всех народов и правительств. Как миротворческий фактор, массовый международный туризм развивает взаимное общение людей разных национальностей, из государств с различными политическими системами, с различиями вероисповедания, с различным менталитетом и интеллектуальным потенциалом, с характерными индивидуальными особенностями.

Туризм способствует обмену знаниями, расширяет мировоззрение и круг интересов; прививает уважение к традициям, культуре, быту, образу жизни и деятельности людей из различных уголков земного шара.

Анализ мотивационных тенденций динамичного развития международного туризма показывает, что в развитых странах при высоких темпах роста производительности труда и уровня жизни потребность в отдыхе, связанном с путешествием, быстро переходит в разряд первостепенных, жизненно необходимых, сопровождаясь готовностью нести соответствующие расходы для удовлетворения данной потребности на соответствующем качественном уровне. По данным опросов, проведенных Всемирной туристской организацией, туризм и потребность в пище относятся к числу тех, от которых труднее всего отказаться: люди предпочитают хорошо отдохнуть, совершив интересную туристскую поездку, отказавшись от приобретения нового холодильника, телевизора или одежды.

На I Генеральной Конференции ООН по туризму и путешествиям, состоявшейся в Риме в 1963г., было выработано ключевое определение основной категории международного туризма: "иностраный турист". Это "временный посетитель", то есть любое лицо, посещающее другую страну, выехав из страны, в которой он обычно постоянно проживает, с любой целью, кроме осуществления профессиональной деятельности, оплачиваемой в посещаемой стране. К иностранным туристам относятся все временные посетители, прибывшие в данную страну не менее чем на 24 часа, но не более чем на год, на отдых, лечение, с учебными, религиозными или спортивными целями, а также в командировку, для участия в конференциях, с деловыми целями или по семейным обстоятельствам.

Это юридическое определение категории иностранного туриста и целей выездного и въездного туризма следует дополнить социальным содержанием. Международный туризм представляет собой одну из наиболее динамичных и эффективных сторон внешнеэкономической деятельности, и рассматривается экономистами как эффективная отрасль мировой экономики.

Темпы развития международного туризма выше темпов роста объемов международной торговли. По данным Всемирной туристической организации, в странах, располагающих необходимыми уровнями развития инфраструктуры и индустрии туризма, доля туризма в общей сумме доходов от экспорта колеблется в пределах от 3 до 25%. Туризм, как специфическая форма экспорта услуг, является наиболее эффективным способом получения валюты.

Во всех развитых странах мира валютные поступления от международного туризма больше, чем от реализации определенной категории товаров. По оценкам некоторых экономистов, 100 туристов, находясь в среднем в течение 1 часа в городе с развитым туристским сервисом, расходуют не менее 175 долларов, иными словами пребывание одного туриста в течение часа приносит доход порядка 1,75 долларов. Для получения дохода, эквивалентного тому, который приносит стране один турист, пришлось бы вывезти на мировой рынок порядка 15т нефти или 2т высокоурожайной пшеницы.

Целесообразно остановиться на экономических особенностях, обуславливающих высокую доходность туризма. Денежные поступления, полученные от иностранных туристов, превращаются в доход и продолжают обращаться в разных отраслях национальной экономики. Согласно оценке западных экономистов, денежные поступления иностранных туристов обращаются от 3 до 5, иногда и более раз в год. Отличительной особенностью и преимуществом туристских услуг при въездном туризме является то, что доход от оказанных услуг поступает в той или иной форме в инвалюту, тогда как собственно затратная часть самих услуг в месте их оказания основывается на местной денежной и нормативно-затратной системе. Иностранцы туристы пользуются услугами, предоставляемыми различными секторами национальной промышленности и сельского хозяйства. Они потребляют и вывозят в качестве сувениров определенное количество товаров, приобретаемых в стране посещения по розничной цене, которая обычно значительно выше, чем оптовая цена при продаже этих товаров за границу. Через механизм розничной цены формируется определенная часть поступлений в бюджет туристопринимающего государства за счет косвенных налогов, которыми фактически облагаются иностранные туристы при приобретении товаров широкого потребления.

М.С. Иванкина

*Самарская государственная
экономическая академия*

НАПРАВЛЕНИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН

Развитие свободных экономических зон в мировой экономике связано с необходимостью диверсификации их деятельности в целях увеличения экспортного потенциала. Наряду с экспортом товаров во многих свободных экономических зонах мира все большее развитие получает экспорт деловых, туристических, транспортных и других услуг.

Особенность экспорта услуг связана с тем, что они не требуют для их производства невозполнимых ресурсов, ведут к развитию производительных сил за счет обмена технологии, развивают сотрудничество на основе специализации и кооперации производства продукции, сокращают малоэффективный экспорт.

Формы реализации деловых услуг на мировом рынке весьма разнообразны: от лицензионных соглашений до продажи машин и оборудования, произведенных по новой технологии, заключение компенсационных сделок и создание совместных предприятий. Торговля услугами позволяет осуществлять технологический обмен и тем самым повышать конкурентоспособность национальной продукции. В результате более полно удовлетворяются потребности внутреннего рынка и одновременно усиливаются позиции экспортеров на мировом рынке. В целом, свободные экономические зоны дают возможность активизировать интеграцию страны на мировом рынке услуг.

Развитие производственного и экономического потенциала в свободных экономических зонах на основе передовых технологий, их экспортоориентированность создают материальные предпосылки для развития торговли наукоемкими деловыми услугами. Одновременно появляется возможность увеличения занятости в свободных экономических зонах. При этом повышается уровень квалификации работающих, так как заняты они в наиболее наукоемких отраслях.

Разнообразие деловых услуг, выступающих в качестве товара на внешнем рынке, определяет сложность рынка и позволяет выделить в нем специализированные сегменты: инжиниринг, консалтинг, лизинг и т.д.

Объектом купли-продажи в инжиниринге являются услуги, приспособленные к использованию в конкретных условиях и передаче в среднем доступных научно-технических, производственных, коммерческих и прочих знаний и опыта. Инжиниринговые услуги оказываются специальными инженерно-консультационными фирмами, а также строительными и промышленными компаниями.

Существенное расширение экспорта инжиниринговых услуг в свободных экономических зонах содействует не только увеличению валютных поступлений и расширению их внешнеэкономических связей собственно в сфере инженерно-консультационной деятельности, но и увеличению экспорта разрозненной машинотехнической продукции, поставок комплектного оборудования и технологических разработок в зарубежные страны. Это особенно актуально для экспортно-производственных, научно-технологических зон, включая инновационные центры, собственно научные парки и исследовательские парки. Для этого в свободных экономических зонах должны создаваться специализированные инженерно-консультационные фирмы с участием развитых стран. Как показывает мировой опыт, фирма, специализирующаяся в нескольких отраслях экономики, обладает более высокой степенью конкурентоспособности оказываемых услуг. Такие фирмы в свободных экономических зонах могут создаваться в форме акционерных обществ. Их хозяйственная деятельность должна строиться с учетом некоторых организационных принципов: предоставление им права юридического лица и независимого выступления инженеров-консультантов на внешнем рынке и привлечения к оказанию услуг других организаций и объединений, не входящих в фирму, на основе прямых хозяйственных договоров, а также права открывать за рубежом представительства и регистрировать свою фирму в международных и региональных организациях и ассоциациях.

В мировой практике организация торговли услугами и, в частности, инжиниринговыми услугами осуществляется на контрактной основе.

Контракт заключается между зарубежной инжиниринговой фирмой и заказчиком из данной страны.

Консалтинговые фирмы оказывают консультационные услуги в виде информации, консультации и экспертизы различных видов хозяйственной деятельности. В настоящее время повышенным спросом пользуются специальные консультационные услуги (создание компьютеризированных систем логистики, развитие снабженческого менеджмента, разработка программ подготовки руководящих кадров). Учет этих тенденций приводит к весьма эффективному результату при проектировании свободных экономических зон, особенно различных типов научно-технических зон. В тех свободных экономических зонах, где существует высокая доля ВПК, считается наиболее целесообразным создание консалтинговых фирм для выполнения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, а также консультирования в области технологии и развития фирм. Это способствует более рациональному использованию интеллектуального потенциала внутри зоны и увеличивает объем валютных поступлений. Одновременно такие консалтинговые фирмы могут создавать у заказчика научно-исследовательские лаборатории и осуществлять там своими силами соответствующие исследования по заказам клиентов. Они на практике реализуют связь науки с производством, образуют наукоемкий сектор сферы услуг и, наряду с промышленным сектором высокой технологии, входят в состав научно-технического центра хозяйства свободной экономической зоны, определяя ее научный и технический потенциал.

Все большее значение для эффективной деятельности свободных экономических зон приобретает торговля лизинговыми услугами. Лизингополучателями в финансовом лизинге, как правило, выступают мелкие и средние предприятия, промышленные компании, имеющие в свободной экономической зоне банки, транспортные и торговые фирмы, филиалы, дочерние или внучатые предприятия. В то же время в сфере финансового лизинга участвуют независимые лизинговые компании и дочерние фирмы крупных торговых домов, располагающие большими кредитными ресурсами.

Для свободных экономических зон развития лизинговых услуг интересно в двух аспектах: импорта лизинга и его экспорта. Преобладание того или иного направления зависит от типа зоны и уровня развития производительных сил в ней. Наибольшее распространение лизинг может получить в торгово-складских промышленно-инвестиционных зонах и свободных портах.

Создание лизинговой индустрии в свободных экономических зонах является необходимым условием их эффективного функционирования, поскольку она позволяет активизировать экспорт сложной машиностроительной продукции, с одной стороны, и внедрить альтернативную традиционному банковскому кредитованию и использованию собственных финансовых ресурсов специфическую форму финансирования капиталовложений. В результате промышленные предприятия приобретают возможность получить необходимые товары без значительных единовременных затрат и в итоге избежать потерь, связанных с моральным старением средств производства и многими видами рисков.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ УЗБЕКИСТАНА

В Республике формируется многоукладная экономика, в которой ведущая роль отводится малому и среднему бизнесу, частному предпринимательству. Реализация мер по стимулированию развития малого бизнеса, значительному упрощению порядка их регистрации, а главное, введение действенного механизма защиты их прав и интересов, способствовало дальнейшему развитию и укреплению этого важнейшего сектора нашей экономики.

В 2002 году было создано около 38 тысяч микро фирм, малых и средних предприятий, общее количество которых сегодня составляет порядка 240 тысяч. За счет развития предпринимательства создано около 370 тысяч новых рабочих мест, что в 1,5 раза выше прогнозных цифр. Доля малого и среднего бизнеса в ВВП в настоящее время составляет 34,6%.

Сегодня на долю негосударственного сектора приходится 73,3% производимого валового внутреннего продукта, 71,4 % объема промышленного производства, практически вся продукция сельского хозяйства, розничного товарооборота и платных услуг населению.

Надо отметить ряд принятых законодательных актов, формирующих основу благоприятного инвестиционного климата в Узбекистане, льготы и стимулы для иностранных инвесторов, правовые условия для инвестирования и базовые гарантии, защищающие права инвесторов. Одним из таких документов, принятых в последнее время, является постановление Кабинета Министров "О дополнительных мерах по усилению правовой защиты прямых иностранных инвестиций". Принятым решением Правительства на Министерство юстиции возложены задачи обеспечения правовой защиты иностранных инвесторов и предприятий с иностранными инвестициями, глубокого и детального изучения обращений и предложений иностранных инвесторов. Отныне Министерство юстиции вправе будет приостанавливать действия или решения контролирующих и местных органов власти и управления, нарушающих права иностранных инвесторов и предприятий с иностранными инвестициями, обращаться в судебные инстанции о пересмотре судебных актов, принятых в нарушение прав, законных интересов иностранных инвесторов и предприятий с иностранными инвестициями.

Узбекистан - основной производитель и поставщик важнейшего стратегического продукта- хлопка, обладающего огромным экспортным потенциалом. Узбекистан, являясь пятым крупнейшим производителем хлопка, играет заметную роль на мировом рынке хлопка.

В настоящее время предприятиями легкой промышленности республики перерабатывается 30% объема хлопковолокна, производится около 200 тыс. тонн пряжи, более 500 млн. метров хлопчатобумажных тканей, 2,5 млн. кв. метров ковров, широкая номенклатура готовых швейно-трикотажных изделий.

Отсутствие экспортных таможенных пошлин, системы квотирования и лицензирования на экспорт, дополнительные льготы по налогообложению, а также постепенная девальвация курса во многом стимулирует рост экспорта хлопчатобумажной продукции.

Однако, Узбекистан широко известен не только хлопковой и шелковой продукцией, но и своими овощами, фруктами, бахчевыми культурами, многие виды и сорта которых являются уникальными по своим вкусовым качествам.

Узбекистан является одним из крупнейших в мире производителей томатной пасты, изюма, сухофруктов. По томатной пасте Узбекистан входит в первую пятерку мировых производителей, а по производству сухофруктов - в первую десятку. Из Узбекистана успешно экспортируются кетчупы и приправы на основе томатной пасты. Мощный ресурсный потенциал сельского хозяйства республики дает возможность наращивать свыше 10 млн. тонн плодовоовощной продукции в год.

Значительную роль в развитии экономики республики играет совершенствование сферы услуг. В данном направлении Узбекистан обладает значительным потенциалом для развития услуг в сфере туризма и транспорта.

В настоящее время 454 туристические компании различных форм собственности, получившие лицензию на право ведения туристической деятельности, активно работают по привлечению и обслуживанию иностранных туристов в республике.

Туристические маршруты по Узбекистану включают путешествия по городам Великого шелкового пути и осмотр около 4000 памятников монументальной архитектуры, многие из которых находятся под охраной ЮНЕСКО и включены в перечень памятников имеющих всемирно-историческую ценность.

Легкая промышленность также является одним из главных направлений инвестирования, реализации совместных взаимовыгодных проектов, ориентированных на дальнейшее углубление различных ее секторов за счет модернизации, технического перевооружения действующих и создания новых, оснащенных самыми современными технологиями и оборудованием, производств и предприятий.

В 2002 году в легкую промышленность Узбекистана было вложено иностранных инвестиций в размере 20,62% от совокупного их объема. Этот показатель почти удвоился по сравнению с предыдущим годом.

В пищевую промышленность Узбекистана в 2002 году было вложено около 3,69% от общего объема иностранных инвестиций, в то время как в 1997 году данный показатель составлял 22,7 %. В среднем за последние 7 лет 8,4% от общего объема иностранных вложений и кредитов были направлены в данную сферу.

На сколько известно, экономическое развитие любого государства невозможно без иностранных инвестиций и кредитов международных финансовых организаций. Инвестиции же направляются в такую страну, где экономика развивается в тандеме с демократией, где есть стабильность и предсказуемость, природный, промышленный и человеческий потенциал в сочетании с надежностью и гарантией капиталовложений. Это то, что интересует любого иностранного инвестора и то, что есть в Узбекистане.

Е.В. Калугина
Администрация г. Самары

РОЛЬ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ДЕЛОВЫХ КОНТАКТАХ

*Культурный барьер гораздо опаснее
и неприятнее языкового*

Язык неотделим от повседневной жизни индивида в социуме. Язык - это форма овладения миром. Своеобразный "лингвистический бум", которым ознаменовался конец XX столетия, закономерно привел к пересмотру социокультурного контекста и условий формирования языковой личности, сущности языкового образования, его связи с культуроведением, теорией межкультурной коммуникации и другими научными дисциплинами.

Как показывают исследовательские данные, социокультурный навык является ключом к личному успеху в установлении деловых контактов. Более того, незнание основ социокультуры и культурных различий препятствует деловым отношениям. Важно обратить внимание студентов на необходимость изучения моделей поведения, принятых в том или ином обществе. Следует помнить, что часто причиной провала контракта становится не объект сделки или его цена, а неуклюжие комментарии в какой-то определенной ситуации.

Сегодня в широком социальном контексте, на материале различных языков изучаются общетеоретические основы развития поликультурной и многоязычной личности, социокультурные нормы речевого поведения в условиях межкультурной коммуникации. Не случайно в последние годы центр исследовательских интересов переместился с абстрактной системы языка в виде противопоставленных друг другу элементов на речевое проявление этой системы, ее социокультурную и социолингвистическую обусловленность. Центральными языковедческими проблемами стали "человек в языке и язык в человеке". Одной из задач высшего образования стало решение проблемы подготовки специалистов не просто хорошо обученных, но готовых существовать в новой для страны действительности - новой в экономическом, социальном и мировоззренческом отношении.

Подготовка специалистов нового типа, адаптированных к условиям становления и развития рыночных отношений, к условиям широких международных контактов во всех сферах, предполагает не только способность российских экономистов, предпринимателей и менеджеров действовать "технологически" грамотно, этически соответствовать новой ситуации, но и способность к свободному общению с деловыми партнерами на иностранном языке.

Такой социальный запрос вызывает необходимость создания новых технологий в процессе обучения английскому языку. Модель обучения английскому языку помимо "формального" обучения и даже "деловому английскому", потребность в котором резко возросла в современном деловом мире, должна включать и "общеразвивающий" аспект, позволяющий впоследствии реализовать мировоззренческие возможности студента, а затем и специалиста, и являющийся необходимым компонентом социализации личности.

Поскольку язык тесно связан со всеми сферами жизни общества, которое подвержено изменениям в социально-экономическом, политическом и историческом плане в силу объективных причин, - иностранный язык, так же как и родной, выполняет две важнейшие функции: общения и познания, причем общения не только межличностного, но и межгосударственного, международного.

Язык как средство общественного закрепления формирующихся понятий выполняет функции инструмента познания окружающей действительности, поэтому в современный период перехода к постиндустриальному обществу, на первый план выходит функциональная сторона английского языка, такие его специализированные аспекты как: лексика коммерческой переписки; лексика общественно-политической, социально-культурной, научно-технической, журнально-публицистической, литературно-художественной, контрактно-договорной, компьютерной тематики; речевой этикет повседневного и делового общения.

Необходимым требованием к методике овладения английским языком, идущим как от личности в процессе образования, так и социального заказа, идущего от общества, является социализация процесса обучения английскому языку, так как это неотъемлемое условие социальной адаптации специалиста в условиях расширения международных контактов.

Выработка такой модели преподавания английского языка в учебном процессе, когда он является не просто одной из вузовских дисциплин, а средством формирования творческой и профессиональной подготовки и нацелен на универсальное развитие личности, позволяет развивать социальную активность личности студента и помогает студенту избежать узко-прагматического восприятия необходимости изучения английского языка в современном мире.

Новую направленность образования при выработке методики преподавания английского языка можно определить понятием "социализация образования", причем не в общепринятом значении (стратегии), а в плане содержания и целей уроков английского языка по новым специальностям (тактики), что позволит обеспечить социальную адаптацию специалиста к условиям переходной экономики. Таким образом, роль преподавателя языка состоит в подготовке специалистов, владеющих грамотно как языком, так и социокультурной жизнью страны, с которой они собираются сотрудничать.

Е.А. Комякова
Выставочный центр "Экспо Дом"
г. Самара

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ УЧАСТИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКЕ

Процесс планирования международной выставочной деятельности может быть рассмотрен с позиций двух основных ее субъектов : организаторов и экспонентов

Для организатора планирование включает следующие этапы :

- анализ проблем и перспектив развития региона, (страны)
- анализ экономического и экспортного потенциала, интересов предприятий;
- маркетинговое исследование рынка и рыночных возможностей;
- определение тематики и целей выставки;
- определение состава участников;
- разработка содержания и программы выставки, включая организационно - имиджевые мероприятия;
- определение бюджета выставки;
- целевая рассылка приглашений.

Анализ ситуации в регионе позволяет определить, требующие поддержки со стороны региональных властей и торгово - промышленной палаты отрасли, а также выявить проблемы их функционирования и развития, решению которых может способствовать проведение выставки. Выявление интересов предприятий и возможностей их выхода на внешние рынки позволяет создать реальную базу данных, с помощью которой можно определить перспективы и направления проведения международных выставочных мероприятий в стране и программу оказания содействия участия предприятий региона в зарубежных выставочных мероприятиях.

Организаторы международной выставки преследуют следующие цели:

- оптимальное соединение интересов своей страны и страны - контрагента
- создание базы для долгосрочного взаимовыгодного сотрудничества;
- установление, налаживание и укрепление связей политического и экономического характера со страной - контрагентом;
- расширение экономических связей между предприятиями региона и зарубежными предприятиями;
- привлечение инвестиционных потоков в страну, регион и отрасли с целью развития национальной экономики;
- формирование позитивного имиджа региона и его предприятий.

Планирование участия экспонента в международной выставке во многом определяет степень эффективности подготовки и проведения всех выставочных и сопутствующих им мероприятий.

Большинство участников международных выставок признается, что в первый раз приняли участие в выставке скорее из самоутверждения, чем по необходимости или здравому расчету. В то время как участие предприятия в выставке следует рассматривать как проект - комплекс взаимосвязанных работ направленный на достижение конкретной цели при использовании его ограниченных ресурсов. Тем более, что выставка - весьма дорогое удовольствие, даже и для предприятий, прочно стоящих на ногах.

Участие предприятия в выставке, задолго до ее начала, требует серьезной аналитической, плановой организационной работы, а во время ее проведения и после окончания - регулирующей и контролирующей ее проведение и итоги еще долгое время.

Многие опытные руководители рассматривают участие своей фирмы в выставках как один из важнейших элементов маркетинга. На таких

предприятиях подготовка к участию в выставке начинается за 12 месяцев и более до открытия выставки. При этом решается сразу несколько стратегических задач:

- вопросы изучения рынка сбыта продукции, рекламы, установления личных контактов с партнерами;
- вопросы товарной политики, то есть формирование ассортимента продукции, или его корректировка, направления повышения качества, других показателей продукции;
- вопросы ценообразования, то есть цена продукции, возможные скидки с цены, кредитование покупателей, взаиморасчеты;
- поиск новых партнеров по сбыту;
- определение степени угрозы со стороны конкурентов и многие другие проблемы.

Выставка позволяет оценить, какой у компании покупатель, что нужно выпускать, по какой цене, кто может оказать помощь в продаже, и что творится в стане конкурентов. Но весьма важно при этом, является ли фирма изготовителем продукции, или только ее продавцом. Соответственно корректируются стратегия и тактика участия в выставке.

Планирование участия в выставке должно включать следующие этапы

- выбор выставки;
- анализ условий участия в выставке;
- постановка задач;
- планирование подготовки к выставке;
- планирование работы на выставке;
- определение бюджета;
- планирование работы после окончания выставки.

Стратегическое планирование экспонента должно учитывать стратегические цели посетителя - специалиста, так как выставка несет выгоду не только предприятию-экспоненту, но и потребителям. Одним из основных преимуществ выставок является сосредоточение образцов огромного количества товаров, производимых в разных странах. Это дает возможность покупателю в короткое время ознакомиться с существующими на рынке предложениями, получить необходимую консультацию от специалистов, сделать необходимые сопоставления цен и качественных характеристик, провести переговоры и уторговать коммерческие условия и, наконец, подписать контракт. При этом покупатель имеет возможность ознакомиться с товаром в действии, с приемами его работы, областью применения и эффективностью. Это особенно важно при покупке машин и оборудования. При покупке товаров широкого потребления большое значение имеет возможность предварительного ознакомления со всем ассортиментом товаров на основе образцов или их дегустации. Эти факторы обеспечивают большую популярность выставок в том числе. выставок - ярмарок и, как следствие, привлекают огромное количество посетителей.

Отправной точкой для выработки стратегических целей участия в выставке для экспонента являются миссия предприятия и стратегическое планирование его развития. Именно они определяют весь комплекс маркетингового планирования по каждому виду продукции, услуги,

стратегическим подразделениям предприятия и помогают экспоненту четко сформировать собственную исходную стратегию по текущим, среднесрочным и долгосрочным целям участия в международной выставке.

Специалисты в области международной выставочной деятельности рекомендуют экспонентам ориентироваться на предпринимательские цели, реализуемые в рамках среднесрочного планирования.

Определение важнейших целей выставки оказывает влияние на организационную подготовку в целом, далее - на ход событий и на контролирование целей участия в выставке.

Н.В. Никитина

*Самарская государственная
экономическая академия*

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ В ГЕОЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Анализ социально-экономического развития Самарской области за 2000 - 2002 годы позволил выявить прогнозные тенденции на ближайшую перспективу. Дальнейшее развитие будет происходить в условиях ограничивающего воздействия на темпы экономического роста со стороны сложившихся диспропорций в экономике области, недостаточного объема инвестиций в реальный сектор, необходимости одновременного повышения уровня жизни населения и развертывания модернизации секторов экономики и базироваться на использовании и развитии произошедших позитивных изменений в структуре потребительского спроса, ориентации предприятий на внутренний платежеспособный спрос, повышении роли инвестиций в структуре внутренних факторов развития.

Одной из ключевых проблем развития экономики области остается проблема сбалансированности предложения товаров и услуг местными предприятиями и совокупного спроса на них (потребительского и инвестиционного). Основные причины - с одной стороны, низкое качество отечественных потребительских товаров и уровень цен на них, почти сравнявшийся с ценами на импортные аналоги, с другой - рост уровня реальных доходов населения и, соответственно, ориентация на потребление товаров лучшего качества и длительного пользования. Действенным фактором экономического развития в 2003 году будет реальный рост производительности труда, который в 2001 году, по оценке, составил 106%, в 2002 году - 103,2%, в 2003 году - в пределах 104-105,3%. Основными его предпосылками являются адаптация предприятий к условиям функционирования, более активное использование существующих производственных мощностей, модернизация и техническое переоснащение производства, рост спроса на квалифицированные рабочие кадры, улучшение организации производства, совершенствование менеджмента. Все острее встает проблема физического и морального старения основных фондов, особенно ведущей их части - машин и оборудо-

вания. В 2002 году степень износа основных фондов на крупных и средних коммерческих предприятиях области составила 56,3%, в том числе машин и оборудования - 75,2%. Несмотря на начавшийся инвестиционный рост, качество инвестиций в области (отраслевая структура инвестиций) с точки зрения среднесрочной перспективы еще неудовлетворительно. Для стимулирования экономического роста необходимо, чтобы посредством капиталовложений в области была сформирована оптимальная производственная структура. В прогнозируемом периоде должно быть резко расширено инновационное наполнение инвестиций, в противном случае их рост будет способствовать воспроизводству устаревших технологий. Сдерживающим фактором является также продолжающийся рост цен и тарифов на энергоносители и транспортные услуги. Это может сказаться на росте материало- и энергоемкости производства и, соответственно, дальнейшем понижении рентабельности экономики области, снижении инвестиционного и потребительского спроса, замедлении темпов роста инвестиций и производства.

В предстоящем периоде завершится длительный процесс присоединения России к ВТО. Для обеспечения устойчивости экономики области к данному шагу необходимо проводить подготовку по двум направлениям:

- защита внутреннего рынка;
- обеспечение равноправного выхода производителей на зарубежные рынки.

Первая позиция значима для предприятий отраслей, ориентированных на внутренний рынок (сельское хозяйство, автомобилестроение, авиастроение, легкая, перерабатывающая, промышленность строительных материалов), вторая позиция - в основном, для экспортеров (химия, нефтехимия, цветная металлургия, подшипниковая отрасль, др.). Необходима объемная работа по адаптации бухгалтерского учета по международным стандартам, выполнение международных требований по техническим и экологическим стандартам, развитие региональной системы, сертификации и инспекции, развитие рынка страхования.

Главной целью социально-экономической политики Администрации области на 2003 -2005 годы должно стать формирование такой модели экономики, которая обладала бы долгосрочным потенциалом динамичного роста, диверсифицированной структурой производства и экспорта, сбалансированным сочетанием экономических, социальных и экологических критериев, способностью обеспечить последовательное повышение уровня жизни населения.

Для этого в среднесрочной перспективе необходимо решение следующих задач:

- создание условий для повышения конкурентоспособности экономики и роста производительности труда преимущественно на основе модернизации производственно-технологического аппарата и повышения его эффективности;
- поддержание условий опережающего роста валовых сбережений и инвестиций по сравнению с динамикой потребления;
- обеспечение ускоренного формирования накоплений в обрабатывающей промышленности и агропромышленном комплексе, создание условий, при которых конечные отрасли имели бы возможность при-

влечения заемных средств, а энергосырьевой сектор, располагающий в настоящее время "избыточными" финансовыми ресурсами, приобрел бы мощные стимулы для инвестирования в региональную экономику;

- создание благоприятных условий для расширения внутреннего спроса, что, в первую очередь, требует снижения уровня бедности и сокращения дифференциации доходов населения за счет усиления адресности социальной поддержки населения, повышения оплаты труда в соответствии с ростом производительности труда, обеспечения эффективного уровня занятости трудоспособного населения;

- формирование институциональной среды, которая стимулировала бы экономический рост на основе притока капитала в реальный сектор экономики; внедрение действенных механизмов защиты прав собственности, развитие конкурентных рынков товаров, услуг, капиталов и ресурсов; распространение лучшей практики корпоративного управления (в том числе в государственном секторе), повышение роли малого и среднего предпринимательства.

Для решения этих задач был разработан сценарий социально-экономического развития в двух вариантах. Различия в динамике экономического развития области по указанным сценариям определяются степенью воздействия неблагоприятных факторов на темпы роста, а также способностью и возможностями региональной экономической политики активизировать новые внутренние источники развития.

Первый вариант исходит из принципа реалистически-консервативного прогноза, включающего в себя относительно менее благоприятную комбинацию условий экономического развития (повышенный уровень инфляции, неблагоприятные внешнеэкономические условия функционирования рынков товаров и капитала и их влияние на внутризэкономические процессы, в первую очередь, на финансовые результаты субъектов хозяйствования и их инвестиционную активность). И учитывает тенденции развития мировой экономики, ослабляемых рядом негативных явлений, со среднегодовыми темпами роста в 2,5-3%. По этому варианту предполагается сохранение умеренно низкой средней мировой цены на российскую нефть (Urals) - 18,5 долларов за баррель (средняя контрактная цена - 17,1 дол./барр.). В случае развития экономики области по этому сценарию среднегодовые темпы роста валового регионального продукта (далее - ВРП) составят в 2003-2005 годах 104%. Данный вариант был принят за основу для разработки проекта областного бюджета на 2003 год.

Второй вариант учитывает возможности наиболее благоприятного развития позитивных внешних и внутренних факторов экономического роста в ближайшие годы: благоприятной внешнеэкономической конъюнктуры и более высоких темпов роста мировой экономики на уровне 4% в 2003 году и 3,5% в последующий период. Предполагается восстановление положительной динамики цен на нефть в пределах 21-23 долларов за баррель в среднем за прогнозируемый период. В этом случае среднегодовая динамика роста ВРП будет в пределах 106,2%.

Динамика выплат по внешнему долгу России по обоим вариантам не предполагает реструктуризации долга. Также в полном объеме оценивается и процентное обслуживание долга.

В среднесрочной перспективе развитие промышленности области будет определяться следующими важнейшими приоритетами и тенденциями:

- продолжение работы по поддержке приоритетных отраслей специализации - авиационно-космический комплекс, автомобилестроение, сельскохозяйственное машиностроение, химия и нефтехимия, - а также устойчиво развивающихся перспективных предприятий;

- активизация инновационной и научно-технической политики, формирование инновационной инфраструктуры для обеспечения последующего перехода к инновационной модели развития. Будет разработана соответствующая нормативно-правовая и организационная база: закон "О научно-технической и инновационной деятельности в Самарской области", комплексная программа Самарской области "Инновации-Производство-Рынок: 2002-2005 годы", нацеленная на коммерциализацию перспективных наукоемких технологий и расширение их освоения предприятиями области;

- усиление деятельности в сфере энергосбережения. Рост тарифов естественных монополий обуславливает соответствующее повышение энерго- и ресурсоемкости производства. В этих условиях необходимо сохранить уровень рентабельности производства путем разработки и реализации комплекса мероприятий, инвестиционных проектов энергосберегающего характера, развития соответствующих правовых и экономических механизмов. Начало системной работы по решению задачи перехода к рациональному энергоиспользованию обусловлено реализацией целевой программы энергосбережения в Самарской области на 2000-2005 годы, первый этап которой завершен в 2001 году;

- в предстоящем периоде социально-экономическое развитие области во многом будет определяться стратегией деятельности крупных бизнес-групп как трансроссийских, так и областного масштаба. Их ресурсы, мобильный организационно-правовой механизм, высокая управленческая культура позволяют успешно решать проблемы производственно-технологического и социального развития предприятий, оперативно перераспределять ресурсы. Эффективная работа крупных компаний на территории области позволяет в существенной степени решить проблему притока финансовых ресурсов, реализовать мероприятия по поэтапной ликвидации проблемных и низкорентабельных производств. В целях обеспечения стабильного развития области будет укрепляться взаимодействие между органами исполнительной власти и интегрированными бизнес-группами, решаться задача сбалансирования интересов бизнеса, с одной стороны, и комплексного развития территорий - с другой, путем заключения и реализации двусторонних и многосторонних соглашений и договоров.

Важнейшим структурным элементом промышленного комплекса является машиностроение. В предстоящем периоде будут происходить значимые структурные изменения в автомобильной отрасли и связанных с ней производствах, для которых она является мультипликатором - других подотраслях машиностроения, химии и нефтехимии, легкой промышленности и др. Ожидается изменение структуры производства в пользу увеличения доли выпуска сборочных комплектов и комплектующих деталей при отно-

сительном сокращении выпуска готовых автомобилей на территории области. Стратегия развития системообразующего предприятия ОАО "АвтоВАЗ" предусматривает перевод значительной части выпуска автомобилей на другие производственные площадки как на территории области, так и за ее пределами. Соответственно другие отрасли машиностроения будут развиваться темпами, опережающими темпы роста самого автомобилестроения. Производственная программа ОАО "АвтоВАЗ" предполагает принципиальную перестройку и изменение модельного ряда автомобилей. В предстоящем периоде достигнет проектной мощности совместное предприятие "АвтоВАЗ" - General Motors", его доля в областном производстве легковых автомобилей составит около 8-10%. Развитие этих тенденций приведет к дальнейшему усилению межотраслевой и межрегиональной кооперации в автостроительном комплексе. Администрацией области разработаны соответствующие мероприятия на период до 2005 года. В области будет расширяться также выпуск комплектующих изделий для автобусов, производимых в регионах России.

Будет продолжаться реформирование авиационного комплекса области. При поддержке Администрации области получит дальнейшее развитие работа по подготовке крупных контрактов, договоров с проектировщиками, поиску необходимых финансовых ресурсов. Ряд предприятий примет участие в реализации федеральной целевой программы "Развитие гражданской авиационной техники России на 2002-2010 годы и на период до 2015 года".

Для развития важнейшей конкурентной подотрасли машиностроения области - ракетного и авиационного двигателестроения - важное значение будет иметь вхождение предприятий в состав российского холдинга, крупной корпорации для более эффективной защиты позиций и расширения сегмента самарских двигателестроителей на рынке.

Актуальным в ближайшей перспективе будет развитие производства сельскохозяйственных машин и механизмов и комплектующих к ним. В 2003 году по первому варианту прогноза предполагается рост производства машиностроения - 104%, а в 2005 году к уровню 2001 года - 118,6%.

В целом по области по первому варианту сценария в 2003 году прогнозируется прирост промышленного производства на 4,6%. В последующие годы прогнозируется некоторое повышение темпов роста промышленного производства области: в 2004 году - на 5%, в 2005 году - на 5,7%.

По второму варианту в 2003 году возможен прирост промышленного производства области на 6,3% за счет более благоприятной конъюнктуры на российском и мировых рынках, повышения платежеспособного спроса потребителей. В 2004-2005 годах прогнозируется устойчивая положительная динамика - прирост промышленного производства по 5-7% ежегодно.

Доля государственного сектора в промышленности области в текущем году не изменилась и составила 0,5% от общего объема промышленного производства. В предстоящем периоде ожидается некоторое увеличение государственного заказа. В этой связи прогнозируется прирост производства - на 1-2%.

Внешнеторговая деятельность Самарской области в 2003-2005 годах будет осуществляться в условиях снижения темпов роста мировой эконо-

мики, значительных колебаний цен на нефть, расширения масштабов участия России в международном разделении труда, в том числе в рамках предполагаемого вступления России в ВТО. Правительством РФ будет проводиться политика активного продвижения отечественной продукции, в том числе, агропромышленного производства, на внешние рынки.

Первый вариант прогноза внешнеторговой деятельности Самарской области на 2003-2005 годы исходит из сохранения неблагоприятной для России внешнеэкономической конъюнктуры, в том числе умеренно низкой мировой цены на нефть, замедления темпов роста мировой экономики. Этот вариант предполагает также, что переговоры по условиям вступления России в ВТО могут затянуться. В стоимостной структуре экспорта будет расти доля товаров перерабатывающего сектора, в частности машин и оборудования, в том числе и за счет более низкого курса рубля, предполагаемого этим вариантом. Поскольку в первом варианте прогноза сохраняются низкие цены на основные экспортируемые из Самарской области товары - нефтепродукты, металлы и минеральные удобрения, общий объем экспорта в 2003 году составит 1300 млн.долларов США (97% к 2002 году), в 2005 году - 1560 млн.долларов США (109,5% к 2001 году).

Страны вне СНГ являются основными импортерами нефтепродуктов, изделий из алюминия, продукции химической промышленности и автомобилей из Самарской области. Экспорт в 2005 году в эти страны составит 1210 млн.долларов США, что на 4,5% выше 2001 года. В условиях усиления интеграции со странами СНГ, экспорт в эти страны будет иметь более значительную тенденцию роста и в 2005 году составит 350 млн.долларов США (130,6% к 2001 году).

Динамика импорта будет определяться в среднесрочной перспективе постепенным укреплением курса рубля, потребностями технологического перевооружения растущей экономики, ростом располагаемых доходов предприятий и населения. Объем импорта в 2003 году вырастет на 10,7% по сравнению с 2002 годом, в 2005 - на 48,7% к 2001 году и составит 980 млн.долларов США, в том числе из стран вне СНГ - 730 млн.долларов США (153,3% к 2001 году), из стран СНГ - 250 млн.долларов США (136,6%). Положительное сальдо внешнеторгового оборота будет сокращаться и в 2005 году составит 580 млн.долларов США против 766,5 млн.долларов США в 2001 году.

Второй вариант прогноза внешнеторговой деятельности Самарской области на 2003-2005 годы предполагает более высокие темпы роста мировой экономики, восстановление благоприятной динамики цен на нефть, вступление в ВТО на удовлетворяющих Россию условиях. Развитие внешней торговли будет способствовать активизации международных контактов области, заключение соглашений с регионами зарубежных государств, проведение экономических миссий, развитие выставочной деятельности.

Общий объем экспорта по второму варианту предполагается в 2003 году в объеме 1530 млн.долларов США, в 2005 году - 1850 млн.долларов США (129,8% к 2001 году). Основной объем внешнеторгового оборота Самарской области будет приходиться на страны вне СНГ, куда будут поставляться нефтепродукты, минеральные удобрения, изделия из алюминия, а импортироваться - современное оборудование и другие товары. Экспорт в страны вне

СНГ в 2005 году составит 1500 млн.долларов США (около 130% к 2001 году), в страны ближнего зарубежья - 350 млн.долларов США (рост на 30,6%).

Импорт по этому варианту предполагается в 2003 году в размере 990 млн. долларов США, в 2005 году - 1200 млн.долларов США (182% к 2001 году), в том числе из стран дальнего зарубежья - 900 млн.долларов США (189% к 2001 году), из стран СНГ - 350 млн.долларов США (130,6% к 2001 году). Поскольку в результате более благоприятной экспортной конъюнктуры укрепление рубля будет происходить более быстрыми темпами, что параллельно с ростом потребительского и инвестиционного спроса вызовет существенный спрос на импорт. В наибольшей степени это отразится на импорте машин и оборудования для новых современных производств.

За период 2003-2005 годы сальдо внешнеторгового оборота будет иметь тенденцию роста и останется положительным, хотя по сравнению с 2001 годом оно будет меньше на 15% и составит 650 млн. долларов США.

В Среднесрочной перспективе региональная политика будет направлена на создание благоприятных условий для социально-экономического развития области, повышения эффективности использования экономического потенциала, снижения дифференциации уровней их развития путем оказания содействия в укреплении экономической базы, повышении финансового потенциала и формировании привлекательного инвестиционного имиджа.

Ю.А. Тихонов

ТПП Самарской области

М.Ю. Османкина

*Самарский государственный
аэрокосмический университет*

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Внешнеторговый оборот Самарской области характеризуется показателями, подтверждающими, что область является регионом, лидирующим в вопросах развития внешнеэкономических отношений.

В 2002 году по сравнению в 2001 годом экспорт увеличился на 41,1%, импорт увеличился на 22,6%. Сложилось положительное сальдо торгового баланса в размере 1203,7 млн. долларов США. При этом сократилась доля государств - участников СНГ. В товарообороте Самарской области она составила 15,7% против 21,6% в 2001 году.

Показательной является товарная структура экспорта:

Всего	2012,1 млн.долл США
Продукция топливно-энергетического комплекса	864,0 млн.долл США
Продукция машиностроения	449,5 млн.долл США
Продукция нефтехимического комплекса	357,6 млн.долл США
Черные и цветные металлы	286,8 млн.долл США

Обращаем внимание, что основную долю в экспортных поставках машиностроительной продукции занимали легковые автомобили (14,2% от общей суммы экспорта) и алюминий и изделия из него (13,2% соответственно). Это означает, что внешнеэкономическая деятельность в Самарской области сосредоточена на небольшом количестве предприятий.

Это крупнейшие предприятия в своих отраслях: "АвтоВАЗ", "Тольяттиазот", "Куйбышевазот", "Самарский металлургический завод" и ряд других предприятий, имеющих развитую инфраструктуру обеспечения внешнеэкономической деятельности как внутри предприятия, так и вне его. Сооставляющими этой структуры являются финансовые и банковские учреждения, обеспечивающие своевременное поступление средств на счета, необходимые краткосрочные кредиты и долгосрочное финансирование отдельных проектов, систему страхования сделок и транспортных рисков. Количество этих предприятий не превышает пятидесяти, что подтверждается наличием сертификатов на продукцию в системе стандартов ИСО 9000, что необходимо для обеспечения устойчивого экспорта товаров.

По мнению авторов, больший интерес должна представлять многочисленная группа предприятий, участвующих во внешнеэкономической деятельности эпизодически, время от времени, осуществляя экспортные и импортные операции. Эта группа предприятий осуществляет импорт оборудования, инструмента, материалов с целью обеспечения качества выпускаемой продукции и поддержания конкурентоспособности своей деятельности. Достижение этой цели часто является проблематичным из-за высоких финансовых издержек внешнеэкономических операций.

Предприятия вынуждены оплачивать повышенные процентные ставки кредитов с учетом обслуживания гарантий и компенсации рисков при обслуживании клиентов с неизвестной кредитной историей. Увеличивают финансовые издержки платежи страховым компаниям для страхования самих кредитов и транспортных операций. Действующие тарифы таможенных платежей включают эти издержки в стоимость товаров, что также увеличивает расходы предприятий.

Количество предприятий Самарской области, участвующих во внешнеэкономической деятельности можно косвенно определить количеством клиентов дочерних организаций Торгово-промышленной палаты Самарской области - "Самараэкспертиза" и "Тольяттивнешсервис". За год эти организации обслуживают более 1500 предприятий. В АНО "Самараэкспертиза" за 2003 год для оформления сертификатов происхождения товаров только для экспорта в Казахстан обратились более 120 предприятий.

Для большинства из этих предприятий экспортные операции ограничены пространством СНГ. Выход на рынок стран Западной Европы, а с расширением ЕС и на рынки стран Восточной Европы ограничен требованиями сертификации продукции. Услуги российских фирм по сертификации в системе стандартов ИСО 9000 составляют сумму порядка 5000 долл.США, однако создание и поддержание систем менеджмента качества требует затрат в объеме около 1,5 млн.рублей для фирм с численностью работающих 150-200 человек. Затраты на рекламу, проведе-

ние маркетинговых исследований и продвижение продукции для этих фирм могут составлять суммы от 2 до 10 млн.рублей.

Проблема российских предприятий в том, что все эти затраты компенсируются за счет стоимости продукции, и не создают прироста стоимости для предприятия. В США и других странах с развитой системой защиты интеллектуальной собственности и оценки нематериальных активов эти затраты окупаются созданием брэнда, имеющего свою стоимость, франчайзингом и за счет повышения капитализации фирмы.

Решение вопросов развития экспортной деятельности российских и, в том числе, самарских предприятий возможно, с одной стороны, путем создания и развития системы государственной поддержки экспортно ориентированных производств, с другой стороны, снятием ограничений на работу в России иностранных финансовых организаций и фирм. Иностранный капитал, получив прямой доступ к работе с российскими фирмами, даст возможность организовать финансовое обслуживание внешнеэкономической деятельности с минимальными издержками. Российские финансовые учреждения будут работать в условиях жесткой конкуренции, но производственные предприятия безусловно окажутся в более выгодных условиях.

Анализ внешнеэкономической деятельности предприятий показывает, что она сосредоточена на рынке торговли товарами и услугами. Рынок капитала существует, но абсолютное большинство предприятий не могут принимать активное участие в операциях с капиталом из-за низкого уровня капитализации. Именно это является причиной отсутствия иностранных инвестиций в Россию.

Капитализация предприятия как и любого другого объекта собственности - комплексный показатель, гарантирующий рентабельность инвестиций. К сожалению, единицы из самарских предприятий готовы к работе на рынке капитала. Большинство предприятий с финансовой точки зрения являются интересными только как балансодержатели объектов материальных активов. Выводы о полноценном участии предприятия во внешнеэкономической деятельности можно сделать только при заинтересованности в приобретении иностранным партнером 5-10% доли участия в уставном капитале.

Т.А. Чертыковцева

*Торгово-промышленная палата
Самарской области*

О РОЛИ БРЕНД-НЕЙМИНГА ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ ПРЕДПРИЯТИЯ

21 век - время формирования нового мирового рынка. Непрерывно обновляются технологии, повышается качество жизни и с ним - требования к качеству товаров и услуг, меняется сам характер конкурентной борьбы. Конкуренция на цивилизованном рынке - это не борьба против конкурента, это борьба за потребителя.

Поэтому западные державы сфокусировались на производстве наукоемких товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью, иными словами, на производстве брендов.

Среди форм реализации экспортного потенциала также заметней становится оптимизация сбыта продукции и услуг за счет создания новых марок, экспорта нематериальных активов, к которым относятся репутация и воплощающий ее бренд. Компании США и Европы тратят до 30% прибыли на продвижение собственных брендов.

По статистике в развитых странах в 1982 году доля материальных активов устойчивой компании составляла 60%, доля нематериальных - до 30%, в 1999 году - 15% составляли материальные активы, 85% - нематериальные.

Проведенная ТПП СО аналитическая работа с членской базой палаты (около 1500 предприятий области) показала, что наши компании и фирмы пока недостаточно оценивают значение работы с объектами ИС, в частности с товарными знаками - основой брэнда. Согласно опросу за 2002-2003 гг. только 32 процента руководителей предприятий понимают значимость этой работы и предполагают ею заниматься, остальные не видят в этом необходимости.

Между тем, вступление в ВТО потребует от наших предприятий выполнения всех требований Международного Соглашения по торговым аспектам интеллектуальной собственности ТРИПС (Agreement of Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights от 1 января 1995 года) - идентификации продукции по качеству, наименованию, репутации, географическому месту происхождения и так далее. Как раз в этих вопросах самарские компании имеют проблемы. Поэтому ТПП Самарской области самое серьезное внимание уделяет вопросу внедрения брендинга в Самарской области.

При выходе компании на зарубежный рынок немалое значение имеет репутация представляемой ею страны. В мире как аксиома утвердилось - японская электроника - это хорошо, турецкая одежда - это некачественный ширпотреб. Технология создания репутации для страны, региона, фирмы, человека одина - сначала требуется "работать" на репутацию, затем репутация начинает работать на вас. Так, в последние пять-шесть лет под влиянием целенаправленной политики руководства страны в позитивную сторону лет меняется отношение к китайским товарам.

Нашим компаниям, осваивающим внешний рынок, для утверждения своей репутации на нем приходится прилагать значительно больше усилий и финансовых ресурсов, чем, скажем, немецким или японским фирмам. Сложность ситуации в том, что российской компании приходится работать не только над собственной репутацией, но и над поддержкой репутации своей страны и территории происхождения, области.

Сегодня главная проблема в том, что на данном этапе западные рынки с осторожностью и недоверием относятся к российскому бизнесу и российскому рынку в целом. Журналисты и инвесторы зачастую не видят ничего кроме олигархов, мафии и чеченских террористов. Несомненно, подобные же проблемы могут существовать в Риме и Нью-Йорке, однако, в общественном мнении их защищает позитивная репутация страны.

Поэтому определенным плюсом для предприятий Самарской области в момент выхода на внешний рынок является тот факт, что их имя "защищает" достигнутый в результате десятилетней работы высокий рейтинг Самарской области на внешнем рынке.

Учитывая, что до начала 90-х годов прошлого века предприятия области, обладая мощным экономическим и экспортным потенциалом, выходили на внешние рынки "без лица и имени" через советские внешнеторговые организации, решение проблемы создания и утверждения репутации собственного бренда имеет для них особое значение.

Сегодня Самарская область с одной стороны достаточно успешно осуществляет продвижение собственного имиджа как экономически и социально стабильного региона, с другой стороны - развивает региональный рынок бренда, то есть, поощряет предприятия к созданию брендов как локальных, так и имеющих потенциал выхода на российский и зарубежный рынки. Ведь методики поддержки региональных брендов - это стимулирование высокотехнологичных производств и качественных услуг.

С этой целью, в частности, среди номинаций главного Губернского делового конкурса - "Компания года" существует номинация "Бренд-Олимп", которую ведет ТПП СО.

14 лет назад практически единственной визитной карточкой Самарской области на международном рынке был логотип АВТОВАЗа. Сегодня ситуация меняется. Наша область представляет национальные бренды - марки "Синтерос", "Отрада", "Родник", "Кондитер Савинов", фирменные наименования - "Санаторий "Утес", "Электроцит", "Салют", "Тольяттиазот", "Самараинтур", "Грушинский фестиваль", бренд - слоган "Россия - щедрая душа" и др. Остается задача сформировать широкий рынок локальных брендов, пригодных для дальнейшего продвижения на российский рынок, а затем - за рубеж.

Создавая бренды самарские компании недооценивают этап бренд - нейминга. Коммерческие названия - словесный товарный знак и фирменное наименование - ключевые коммерческие слова 21 века. Культура обращения с коммерческим словом - одна из основных ценностей культуры международных деловых коммуникаций.

Отрадно наблюдать, как нашем локальном рынке успешно защищается от иностранной экспансии самарский производитель продовольственных товаров и продукции бытового назначения, как, например, наша милая "Цыпочка из Обшаровки" активно теснит "ножки Буша", удерживает позиции мебельная продукция АО "Новый Эдем" и АО "Авиакор", активную экспансию осуществляют производители марочных минеральных вод.

Однако сегодня предприятию уже на этапе создания имени для фирмы или марки регионального уровня сегодня следует помнить, что со вхождением в ВТО мы окажемся на глобальном англоязычном рынке и "Цыпочке из Обшаровки" время задуматься о соответствующей модификации имени.

Тем более важно думать о том, как будет адаптироваться наш бренд к тому или иному локальному рынку мира при формировании концепции управления брендом, предназначенным для экспорта.

Классикой стала история экспортных брендов нашего автомобильного гиганта когда неблагозвучное для европейского уха название "Жигули" пришлось заменять на "Ладу" и "BIS" для Швеции, "Самару" - для Греции и т.д. Та же проблема коснулась успешного предприятия "Электроцит". Вполне удачное для российского рынка, оно приобретает негативный оттенок в английском языке. Отдел маркетинга компании нашел, в конце концов, острое решение - для внешнего рынка используется перевод исторического названия на английский язык. Но естественно, что внесение изменений потребовало от компаний значительных финансовых вложений.

Чтобы избежать подобных оплошностей, самарским предприятиям полезно провести лингвистическую экспертизу наименований, доставшихся "в наследство" от советских времен. В первую очередь это касается сложных труднопроизносимых аббревиатур. Итоги конкурса "Брэнд-Олимп" показали, что многие компании еще не изжили эту болезнь. Не прошло лингвистическую экспертизу конкурсной комиссии название "Самаратехстекло", при том, что все остальные элементы брэнда этой группы компаний, включая фирменные наименования, очень удачны. С известным "Салютом" произошел другой казус - правовую защиту имеет некажистый знак советских времен, а уже вполне узнаваемый и удачный логотип - не зарегистрирован в Патентном ведомстве РФ.

Тем более необходима лингвистическая экспертиза на этапе создания имени для будущего нового брэнда. Глобализация привела к значительной унификации мировой деловой культуры. Тем не менее, каждый из нас в этой "глобальной" среде остается носителем определенной национальной культуры. Как выразилась недавно Сара Уэйбrait, российский территориальный менеджер крупнейшей английской консультативной компании по международному использованию торговых марок, "Что касается торговой марки, то мнение о ней в разных странах Запада будет различным, также как считающийся борцом за свободу в одной стране, в другой воспринимается как террорист".

Многие из молодых фирменных наименований и названий марок предприятий Самарской области имеют хороший потенциал для глобального рынка - знаки групп компаний "РАСИП", "ВИД", АМОНД", компании "Верола", торговые марки "Гарибальди", "У Пальча", сырные марки компании "Новый Эдем".

К самарскому предпринимателю постепенно приходит осознание того, что единственной ценностью компании, не подверженной эрозии, является удачный брэнд. Оборудование амортизируется, здания ветшают, технологии устаревают. Брэнд, подобно выдержанному вину, растет в цене, становясь его главным активом.

Г.И. Яковлев, Т.В. Макарова
Администрация г. Самары

РАЗВИТИЕ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОРГАНИЗАЦИЙ ГОРОДА САМАРЫ

На территории г. Самары с целью развития международного сотрудничества в различных областях культуры, образования, экономики, научно-технического развития с 1999 года действует Департамент международного и межрегионального сотрудничества, в функции которого входит:

- Формирование и обеспечение реализации политики городской администрации в вопросах развития межрегионального и международного сотрудничества.

- Обеспечение реализации городских целевых программ через развитие культурных, научно-технических, экономических связей с другими регионами и зарубежными партнерами.

- Создание необходимых условий для активного включения предприятий и организаций города в различные формы межрегионального и международного сотрудничества.

- Формирование авторитета города Самары как крупного промышленного и культурного центра на межрегиональном и международном уровнях.

Вполне очевидно, что деятельность Департамента должна быть всецело подчинена идее реализации городских целевых программ путем использования преимуществ международного сотрудничества [1]. Поэтому при реализации таких комплексных мероприятий, как Муниципальная программа энергоресурсосбережения в ЖКХ, мероприятий "Концепции поддержки товаропроизводителей г. Самары", а также Программы поддержки малого и среднего бизнеса, программ "Чистый город", "Муниципальный заказ", "Молодежь. Кадровый потенциал Самары на 2002-2005" гг. и др. оказалась значимой помощью иностранных партнеров. При этом следует учесть, что до 1999 года Самара имела партнерские связи только с тремя городами: Стара Загора (Болгария), Штутгарт (Германия), Сент-Луис (США). В течение последних четырех лет, с 1999 года по 2003 год, состоялось подписание Соглашений о сотрудничестве с Волгоградом, Казанью, Нижним Новгородом, Калининградом, Феодосией (Автономная республика Крым, Украина), Гомелем, Витебском, (Республика Беларусь), Днепропетровском (Украина), Чженьчжоу (Китай). Создана Ассоциация городов Поволжья, в которую вошли Казань, Нижний Новгород, Пенза, Саратов, Ульяновск, Чебоксары, Йошкар-Ола.

Только в течение первого полугодия 2003 года состоялось подписание Соглашения о сотрудничестве в области торгово-экономических, научно-технических, культурных и социальных отношений с такими крупными научно-промышленными центрами РФ, как Екатеринбург и Санкт-Петербург. В перспективе к партнерству приглашаются города из Чешской Республики, Испании, Италии, Франции, Польши, для чего уже проведены предварительные переговоры.

К примеру, в ходе сотрудничества с традиционным партнером из Германии - Штутгарт, только в 2002 году состоялись такие значимые мероприятия в сфере культуры, как: выставка и стажировки самарских художников в Штутгарте; джазовый фестиваль в Самаре при участии музыкантов Штутгарта; проведение международного фестиваля кукольных театров при участии коллективов из городов - партнеров Самары; гастроли самарского кукольного театра "Лукоморье"; визит в Самару фотохудожника из Штутгарта Рюдигера Шестага для продолжения работы над авторским фотопроектом "Старая Самара"; продолжения образовательных программ для студентов самарских вузов; отбора персональных работ самарских фотохудожников для подготовки выставки в Штутгарте; проведение в Самаре Первого международного фестиваля кукольных театров при участии творческих коллективов городов-партнеров и т.д. В сфере внешнеэкономического сотрудничества фирмы Германии также являются наиболее важными иностранными партнерами самарских предприятий, что доказывают данные официальной статистики (таб. 1).

Кроме того, нужно отметить активное сотрудничество городов Самара и Штутгарт в области реализации социальных проектов. Так, уже на протяжении трех лет в рамках международных партнерских отношений между Штутгарт и Самарой закрытый клуб (Lions club) г. Штутгарта оказывает помощь школе-интернату № 169.

Члены клуба - ведущие бизнесмены, врачи, юристы, политики, неоднократно посещали школу-интернат № 169. На предоставленные клубом средства был проведен ремонт шшколы-интерната, закуплены зимняя одежда, компьютеры, телевизоры для воспитанников.

В октябре 2003 года школа интернат № 169 отметила 40-летний юбилей. На этом празднике также присутствовали представители клуба из г. Штутгарт, которые поздравили воспитанников и педагогов и наметили планы дальнейшего сотрудничества.

Благодаря поддержке города Штутгарт был проведен ремонт и открыто левое крыло отделения онкогематологии городской детской клинической больницы № 1

Как известно, Самара - город с богатой историей. Администрация города всесторонне поддерживает и развивает социальные проекты, направленные на возрождение и поддержание культурных традиций. Не забыт и подвиг, совершенный нашими земляками в годы Великой отечественной войны. В Самаре принята и реализуется городская программа "Ветераны Самары" на 2003 - 2006 гг., для чего в рамках международного проекта "Взаимопонимание и примирение с восточноевропейскими городами-партнерами" 5 октября 2003 года совместно с г.Штутгарт был открыт Центр общения поколений в Куйбышевском районе. Данный проект направлен на оказание поддержки бывшим подневольным рабочим, на решение проблем социальной помощи пожилым людям, организации их общения, проведения досуга, а также оказанию социальных услуг. Центр общения поколений призван способствовать обмену опытом между молодежью и старшим поколением, созданию преемственности между воспоминаниями о прошлом и ответственности за будущее. Для повышения эффективности работы по взаимосвязи поколений планируется привлекать людей пожилого возраста к помощи семьям, имеющим детей дошкольного и младшего школьного возраста. По предварительной договоренности с семьями, пожилые люди могут сопровождать детей в детский сад или школу, гулять с ними, вместе посещать библиотеку, готовить уроки, обучать ручной работе. Особая роль отводится совместным с молодежью урокам истории и трудовым акциям.

Предполагается дальнейшее развитие сотрудничества городов Самара и Штутгарт в рамках указанного проекта по передаче опыта работы аналогичных учреждений, обучению персонала специфике работы с пожилыми людьми.

Приведенные данные [2] показывают, что инвестиции партнеров из Германии составляют более 50% всего объема вкладов в уставный капитал предприятий с иностранными инвестициями, работающими в городе Самаре. Лишь на втором-третьем местах, со значительным отставанием, находятся объемы инвестирования фирм Великобритании и США.

Таблица 1
Взносы иностранных инвесторов в уставный капитал предприятий с участием иностранного капитала по странам-партнерам, 2002 г.

№	Наименование страны-партнера	Количество предприятий, ед.	Уставный капитал тыс. руб.	Взносы иностр. партнера(тыс. руб.)	Удель. в ес страны-партнера, %
1	Австрия	3	471,7	236,9	0,0
2	Виргинские острова (Британия)	1	1557469,2	1544572,7	39,0
3	Болгария	1	44,0	40,0	0,0
4	Беларусь	1	100,0	50,0	0,0
5	Китай	1	30,9	25,3	0,0
6	Хорватия	1	271,4	206,6	0,0
7	Кипр	4	345090,8	70341,2	1,8
8	Чешская республика	1	270,0	55,6	0,0
9	Дания	1	8,5	8,5	0,0
10	Финляндия	3	111,8	8,5	0,0
11	Германия	10	2072838,4	2048871,8	52,6
12	Венгрия	1	164,0	80,0	0,0
13	Ирландия	1	1,0	0,5	0,0
14	Италия	2	14064,0	5616,0	0,1
15	Казахстан	2	90050,9	90044,3	2,1
16	Корея (КНДР)	1	1,0	0,2	0,0
17	Молдова	1	98,0	95,0	0,0
18	Нидерланды	1	0,1	0,1	0,0
19	Сейшельские острова	1	1058,4	99,2	0,0
20	Швеция	1	1058,4	1,3	0,0
21	Швейцария	3	21008,4	19845,7	0,5
22	Турция	1	98,0	97,0	0,0
23	Туркменистан	1	49,0	39,0	0,0
24	Македония	1	8000,0	4080,0	0,1
25	Великобритания	6	48343,7	47658,7	1,1
26	США	9	2158562,2	65582,7	1,5
27	Город Самара, всего	52	4239898,0	3897656,8	91,93

Учитывая, что в межстрановом аспекте размеры внешнеторгового оборота предприятий Самары и Германии также наибольшие, очевидно, что в дальнейшем сотрудничество с этой страной будет являться приоритетным во многих направлениях торгово-экономических, научно-технических, культурных и социальных отношений.

* * *

1. Яковлев Г.И. Проблемы формирования рыночной стратегии промышленных предприятий в открытой экономической системе (внешнеэкономический аспект) /Монография/ Под. ред. проф. Н.Н. Османкина. Саратов: Изд-во Саратов. гос. ун-та, 2002, 156 с.: илл.

2. Внешнеэкономическая деятельность Самарской области / Самарский областной комитет по статистике. Самара, 1999-2003.

Эрих Риавиц
Эксперт консалтинговой фирмы
Австрия

СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Erich Riavitz
Austria

WESEN EINES INTERNEN KONTROLLSYSTEMS

A) Definition

Interne Kontrolle ist ein laufender Prozeß, der vom Vorstand bzw Geschäftsführer, dem Aufsichtsrat und anderen Mitarbeitern eines Unternehmens in Gang gehalten wird, um angemessene Sicherheit zu gewährleisten, daß die Unternehmensziele in den Bereichen

- **Wirksamkeit, Wirtschaftlichkeit und Effizienz der betrieblichen Tätigkeiten,**
- **Verlässlichkeit des betrieblichen Rechnungswesens, seiner Ergebnisse und Berichte, und**
- **Einhaltung aller einschlägigen Gesetze und Vorschriften, erreicht werden.**

Diese aktuellste Definition beinhaltet einige fundamentale Merkmale:

- Interne Kontrolle ist **ein laufender und ständiger Prozeß**. Sie ist ein Mittel zu einem Zweck und kein Selbstzweck.
- Interne Kontrolle wird von **Menschen** gesteuert und in Gang gehalten. Sie besteht nicht bloß aus Richtlinien und Formularen, sondern auch aus Mitarbeitern auf jeder Ebene des Unternehmens.
- Von interner Kontrolle kann nur **angemessene** (vernünftige bzw hinreichende) **Sicherheit** erwartet werden und keine absolute Sicherheit für die Unternehmensführung.
- Interne Kontrolle ist darauf ausgerichtet, **Unternehmensziele** in einem - oder mehreren sich überlappenden - Bereich/en zu erreichen.

Diese umfassende Definition erlaubt es, auch nur **einzelne Bereiche** (wie zB nur das Rechnungswesen) oder nur einzelne **Betriebsstätten** oder betriebliche Bereiche bzw **Abläufe** zu betrachten, weil ein solches internes Kon-

trollsystem auch in Teilbereichen problemlos anwendbar ist. Sie liefert auch eine Grundlage für die Feststellung der Wirksamkeit der internen Kontrollen.

B) Die Situation in Österreich

In § 22 GmbHG und parallel dazu in § 82 AktG wird für **alle GmbHs** (auch die kleinen!) und **AGs** die Pflicht der Geschäftsführer bzw des Vorstands festgeschrieben, **ab 1.7.1998** ein Rechnungswesen und ein **internes Kontrollsystem zu führen, das den Ansprüchen des Unternehmens entspricht**. Das bedeutet, daß Rechnungswesen und internes Kontrollsystem je nach Größe, Branche und den sonstigen Umständen eines Unternehmens angemessen sein müssen, und zwar in objektiver Sicht.

Eingeführt wurden diese Bestimmungen durch das Insolvenzrechtsänderungsgesetz (**IRÄG**) 1997, was auf den Zweck und die Absicht der Insolvenzprophylaxe hindeutet, nämlich Unternehmen dazu anzuhalten, durch geeignete Maßnahmen rechtzeitig auf wirtschaftliche Probleme reagieren zu können.

In den letzten Jahren haben viele Staaten, darunter bedingt durch die EU-Mitgliedschaft auch Österreich, ihre Gangart gegenüber den Unternehmen in Sachen **Insolvenzfrüherkennung und -vorbeugung** erheblich verschärft. Neben der Einführung der Offenlegungspflicht und der damit verbundenen Prüfungspflicht auch für mittelgroße GmbHs und gleichgestellte Personengesellschaften sowie der Einführung von Jahres- und Quartalsberichten samt Vorschaurechnungen und Soll-Ist-Vergleichen, wurde ein Unternehmensreorganisationsverfahren bei drohender Insolvenz eingeführt sowie die Konkurs- und Ausgleichsordnung verschärft.

In allen Fällen wurde dabei die **Verantwortlichkeit der Unternehmensführung** festgeschrieben und verschärft und ein Fehlverhalten meist auch mit finanziellen und/oder strafrechtlichen **Sanktionen** bedroht. Zu viele Gesellschaften waren in die Insolvenz geführt und damit Gläubiger, Staat und Arbeitnehmer geschädigt worden, ohne daß die Verantwortlichen dafür auch wirksam zur Rechenschaft gezogen werden konnten.

So haben zB die organschaftlichen Vertreter einer juristischen Person nunmehr im Konkursfall persönlich, auch aus ihrem Privatvermögen, einen Kostenvorschuß bei Gericht zu hinterlegen (§§ 72a+b KO). Früher war es ja für sie und das Unternehmen oftmals finanziell und haftungsmäßig vorteilhafter, das Unternehmen so lange weiterhin in den Ruin zu führen, bis keinerlei Vermögen mehr vorhanden war und daher ein Konkursverfahren mangels Masse abgewiesen wurde, weil dann auch keinerlei Prüfung der Haftungsfrage mehr stattfand.

Das **URG** (Unternehmensreorganisationsgesetz) bedroht im § 22 Abs 1 Z 2 die vertretungsbefugten Organe (Vorstand oder Geschäftsführer) von prüfungspflichtigen Gesellschaften mit einer persönlichen Haftung gegenüber der Gesellschaft, also ebenfalls auf das Privatvermögen zielenden Sanktionen, von bis zu je 1 Mio ATS, wenn bis zu 2 Jahre vor einem Konkurs- oder Ausgleichsantrag ein Jahresabschluß nicht oder nicht rechtzeitig (binnen

5 Monaten nach dem Bilanzstichtag) aufgestellt oder nicht unverzüglich ein Abschlußprüfer mit dessen Prüfung beauftragt wurde. Und schließlich wurden durch die Änderung von GmbHG und AktG auch bewußt die Standards angehoben und von allen Kapitalgesellschaften ein **umfassendes Rechnungswesen** (wobei „angemessen“ von „gerade noch ausreichend“ bis zu „auf dem letzten Stand“ interpretierbar ist) sowie ein **internes Kontrollsystem** (im Sinne eines Frühwarnsystems) verpflichtend gefordert.

Der Gesetzgeber hat sich des Ausdrucks „internes Kontrollsystem“ bedient, ohne ihn weiter zu erläutern. Dies ist die wörtliche Übersetzung des Begriffs **„internal control“**, der aus dem amerikanischen Bereich schon früh von den Abschlußprüfern in Europa eingeführt wurde, weil sie durch Berufsgrundsätze und Standards ihrer Berufsorganisationen verpflichtet waren, durch die Prüfung des Bestandes und der Wirksamkeit (nicht jedoch der Angemessenheit) eines internen Kontrollsystems ihr Prüfungsrisiko in den einzelnen Prüfungsbereichen einzuschätzen und zu bestimmen und danach die Prüfungsintensität risikoorientiert zu planen und durchzuführen. Die bloß wörtliche Übersetzung ist allerdings irreführend, denn „Control“ bedeutet sinngemäß soviel wie „Lenkung, Steuerung, Überwachung, Kontrolle“, und ist daher weit umfassender als der deutsche Ausdruck „Kontrolle“.

Daß der Gesetzgeber nun **alle Kapitalgesellschaften** mit einem solchen vagen und eher **unbestimmten Begriff** konfrontiert, muß in gewisser Hinsicht als äußerst weise bezeichnet werden. Objektiv gesehen besteht kein Zweifel, daß ein solches internes Kontroll- und Überwachungssystem für die Existenz und das Überleben eines Unternehmens unerlässlich erscheint, und es durchaus sinnvoll ist, diejenigen, die dies noch nicht in vollem Umfang erkannt haben, gesetzlich dazu zu verpflichten, obwohl **keine direkten Sanktionen** für ein Unterlassen vorgesehen sind. Und eine konkrete Definition eines IKS oder gar seiner Angemessenheit hätte auch der Gesetzgeber nicht geben können bzw es wäre eines der bekannten bürokratischen Ungetüme herausgekommen, die in der Praxis nicht brauchbar und anwendbar sind.

Darüberhinaus dürfte mit diesem angeblich erst ganz zuletzt in das Gesetz aufgenommenen Ausdruck auch insofern nach dem Motto „doppelt hält besser“ vorgegangen worden sein, als ein internes Kontrollsystem natürlich das Vorhandensein eines **angemessenen Rechnungswesens in allen Bereichen** voraussetzt, aber darüberhinaus auch noch viel mehr, nämlich **alle betrieblichen Abläufe in ihrer organisatorischen, technischen und wirtschaftlichen Dimension** umfaßt.

So bleibt es der wirtschaftlichen Theorie und Praxis sowie den Unternehmen überlassen, diesen Begriff zB ähnlich wie die GoB (Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung) mit Inhalten zu füllen, was durchaus begrüßenswert ist, weil eine kontinuierliche und an den **Bedürfnissen der Praxis** ausgerichtete Entwicklung einsetzen wird.

C) Das IKS als Bestandteil der Unternehmensführung

Das IKS ist ein wichtiges **Teilgebiet der Unternehmensführung** ist. Es geht um die alte Binsenwahrheit, daß jedes Unternehmen seine Geschäftstätigkeit - sobald diese einen gewissen Umfang erreicht hat - planen und diese Planung als Vorgabe den einzelnen Mitarbeitern für ihren jeweiligen Teilbereich in Form von Vorgaben und Anweisungen mitteilen und schließlich deren Einhaltung überwachen und kontrollieren muß. Läuft alles nach Plan, also dem vorgegebenen System, kann angenommen werden, daß das Unternehmen seine geschäftlichen und finanziellen Ziele erreichen wird. Weichen die tatsächlichen Gegebenheiten jedoch stark vom Plan und den Vorgaben ab, dann ist die Unternehmensführung gefordert, durch geeignete Maßnahmen entgegen steuernd einzugreifen.

Im Idealfall hat sie bereits für mehrere Arten von erwarteten Abweichungen je ein Maßnahmenpaket (Szenario) erarbeitet und es wird zB im Abweichungsfall X der Maßnahmenplan Y in Kraft gesetzt. Es geht also um das Problem, wie die Geschäftstätigkeit eines Unternehmens zu planen, gestalten, durchzuführen und zu überwachen ist, also um die **Kunst der Unternehmensführung**.

Im kürzlich erschienenen Management-Buch von Fredmund Malik, einem bekannten Management-Consultler, der auch in St. Gallen und an der WU Wien lehrt, mit dem Titel „Führen, Leisten, Leben - wirksames Management für eine neue Zeit“, werden als die **5 Aufgaben einer wirksamen Führung** genannt:

Für Ziele sorgen, Organisieren, Entscheiden, Kontrollieren, und Menschen entwickeln und fördern.

Außer dem Punkt „Entscheiden“ decken sich diese Führungsaufgaben verblüffend mit den Anforderungen an ein internes Kontrollsystem.

D) Die Implementierung eines IKS

Das **Problem** vieler kleiner und mittlerer Gesellschaften wird jedoch sein, ein solches angemessenes IKS zu implementieren. Die Gründe dafür sind, daß es dafür weder ausreichende und konkrete **Fachliteratur** gibt und vorerst geben kann, noch genügend auf diesem Gebiet **qualifizierte Fachleute und externe Berater**, die ihnen konkret und praxisbezogen helfen können. Vielfach erscheinen auch aufgrund der geringen Größe die **Kosten** für ein IKS überproportional hoch zu sein, oder die Geschäftsführung - oft aus dem Kreise der Gesellschafter - ist der Ansicht, ohnedies alles zu überblicken.

Sinn und Zweck eines IKS ist es ja, das Unternehmen vor Schäden durch Verluste, interne und externe Einflüsse und durch Ineffektivität zu schützen. Wenn nun in einem kleinen oder mittleren Unternehmen ein Gesellschafter-Geschäftsführer die Überwachung und Kontrolle weitgehend selbst ausübt und auch ausreichende Übersicht hat, so ist das grundsätzlich in Ordnung und zweckmäßig.

Die Schwierigkeit bei der **Implementierung** eines IKS ist vor allem die, daß es nicht auf jede vorhandene Struktur einfach darübergestülpt werden kann oder diese einfach durch einige rasch realisierbare Maßnahmen ergänzen könnte. Schon der Ausdruck „System“ deutet darauf hin, und dies entspricht auch der modernen Anschauung, daß es sich um ein umfassendes, alle Bereiche eines Unternehmens einschließendes und laufend anzupassendes lebendiges System im Sinne eines **interdependenten Netzwerkes** handeln muß.

Wenn aber etwas kontrolliert und überwacht werden soll, dann muß es dafür detaillierte, sinnvolle, zusammenhängende und dokumentierte **Vorgaben in Form von schriftlichen Anweisungen und Plänen** geben, also eine Art idealer Unternehmensaufbau und -ablaufstrukturen, an denen sich die Mitarbeiter orientieren können. Und diese idealen von der Geschäftsführung vorgegebenden Aufbau- und Ablaufstrukturen im Unternehmen können dann mit einem IKS netzwerkartig überzogen werden, damit alle Abweichungen umgehend realisiert und korrigiert werden können. Auch für die Korrekturen oder sonstige Maßnahmen und Alternativpläne sollten dann bereits fertige (und laufend aktualisierte) Ausarbeitungen und Pläne in schriftlicher Form vorliegen.

Kurzum wenn man sich mit dem internen Kontroll- und Überwachungssystem eines Unternehmens beschäftigen will, muß zuerst der **Istzustand** der Organisation und aller Abläufe analysiert und daraufhin geprüft werden, ob dieser oder eine verbesserte und zeitgemäße Version als Sollzustand schriftlich festgehalten werden soll. Dies dient - falls es nicht schon der Fall ist - sicherlich dem besseren Verständnis aller betrieblichen Abläufe aber auch der Sicherung des betrieblichen Know-Hows, das dann nicht mehr verloren gehen kann oder erst mühsam wieder nachvollzogen werden muß, wenn Schlüsselpersonal unvermutet ausfällt oder das Unternehmen verläßt (Stichwort: Wissensmanagement).

Und kaum ein Unternehmen kann es sich heute leisten, nicht **in jeder Hinsicht auf dem letzten Stand** zu sein, wenn es in dem gegebenen wirtschaftlichen Umfeld und angesichts der in absehbarer Zeit noch weiter zu erwartenden Änderungen (Globalisierung, E-Commerce, Marktöffnung durch Deregulierung, Osterweiterung etc) nicht nur überleben und bestehen, sondern möglichst auch noch wachsen will.

Da die Umstände und Gegebenheiten sowie die wirtschaftlichen Abläufe und die personelle Besetzung in jedem Unternehmen unterschiedlich sind, kann das individuelle Kontrollbedürfnis in allen Bereichen des betrieblichen Geschehens **nur vom Unternehmen selbst, seiner Führung und seinen fachlich ausgebildeten Mitarbeitern** bestimmt werden. Nur sie können das individuelle betriebliche Risiko fachkundig beurteilen.

Externe Berater und Prüfer können nur grundsätzliche Anregungen geben, bei der organisatorischen Umsetzung helfen und die Angemessenheit so gut es geht beurteilen. Ob es zB bessere technische und/oder organisatorische Möglichkeiten gibt, wird eher das Unternehmen selbst zu untersuchen haben.

E) Die voraussichtliche Entwicklung

In Deutschland ist durch das KonTraG (Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich) aus 1998 in gewissen Fällen bereits die Prüfung des internen Überwachungs- und Frühwarnsystems vorgeschrieben, und es dürfte daher nur eine Frage der Zeit sein, bis in der EU, und damit auch in Österreich, die **Prüfung des Rechnungswesen** (statt bloß der Buchführung) **und des internem Kontrollsystems (nämlich seiner Angemessenheit und Wirksamkeit)** allgemeiner Prüfungsstandard oder gesetzliche Verpflichtung werden.

Grundsätzliche Maßnahmen eines internen Kontrollsystems

I. Kontroll-Umfeld

A) Integrität / Korrektheit und ethische Werte

- Das Vorhandensein und die Beachtung eines schriftlichen **Verhaltenskodex** und anderer Maßnahmen für angemessenes geschäftliches Verhalten, das Verhalten bei Interessenkonflikten und die im Unternehmen erwarteten Standards der ethischen und moralischen Haltung.
- Das (**ethische**) **Verhalten** gegenüber Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden, Anteilshabern (Investoren), Gläubigern, Versicherungen, Konkurrenten und Prüfern etc (zB ob die Unternehmensführung die Geschäftstätigkeit auf einer hohen ethischen Ebene abwickelt und erwartet, daß auch die Geschäftspartner so handeln - oder ob darauf wenig Wert gelegt wird).
- Kein Druck, **unrealistische Leistungsziele** erreichen zu müssen - insbesondere nicht für (bloß) kurzfristige Erfolge, und keine (oder nur eine vernünftige) Abhängigkeit der Entlohnung von der Erreichung solcher Leistungsziele.

B) Verpflichtung zu Kompetenz

- Formelle oder informelle **Stellenbeschreibungen** oder eine andere Methode, mit der die Aufgaben einer Stelle definiert werden.
- **Anforderungsprofile**, welche Kenntnisse und Fähigkeiten erforderlich sind, um eine Tätigkeit bzw Stelle angemessen durchführen bzw ausfüllen zu können.

C) Aufsichtsrat und Bilanzausschuß

- Ausreichende **Unabhängigkeit** von der Unternehmensführung, sodaß notwendige Fragen, auch wenn sie schwierig und grundsätzlich sind, aufgeworfen und geklärt werden.
- Häufigkeit und Aktualität der Abhaltung von **Sitzungen** mit der Unternehmensführung sowie der internen Revision und externen Prüfern

(§ 30i Abs 3 HGB: mindestens vierteljährliche Aufsichtsratssitzungen; § 30g Abs 4 HGB: bei über 5 Aufsichtsräten ist ein Ausschuß zur Prüfung des Jahresabschlusses zu bestellen; § 30h Abs 1 HGB: Zur Prüfung des Jahresabschlusses durch den Aufsichtsrat ist der Abschlußprüfer einzuladen).

- Angemessenheit und Aktualität der **Informationen** an den Aufsichtsrat bzw Bilanzausschuß, damit die Ziele und Strategien der Unternehmensführung, die finanzielle Situation und das Ergebnis der Geschäftstätigkeit des Unternehmens sowie die Bedingungen wesentlicher Verträge überwacht werden können (§ 28a HGB: Quartalsberichte und Jahresbericht der Unternehmensführung, jeweils im Vergleich mit der Vor-schaurechnung und unter Berücksichtigung der künftigen Entwicklung).
- Angemessenheit und Aktualität bei der Information des Aufsichtsrats oder des Bilanzausschusses über **sensible Themen, behördliche Untersuchungen und unsaubere Vorkommnisse** (zB Reisespesen der Unternehmensführung, wesentliche Rechtsstreitigkeiten, Einleitung von Untersuchungen gegen das Unternehmen durch eine behördliche Aufsichts-stelle, Unterschlagungen und Veruntreuungen, Veruntreuung oder Mißbrauch von Vermögenswerten des Unternehmens, Verletzung der Insiderregelungen, politisch motivierte oder ungesetzliche Zahlungen).

D) Unternehmensphilosophie und Geschäftsstil

- Art der **eingegangenen** geschäftlichen **Risiken**, zB ob die Unternehmensführung öfters hohe Risiken in Kauf nimmt oder eher konservativ und risikoscheu handelt.
- **Häufigkeit der Kontakte** zwischen zentraler Unternehmensführung und lokalen Zweigstellen, besonders bei größerer geographischer Entfernung.
- Einstellung zu und Handhabung des **finanziellen Berichtswesens**, einschließlich eventueller Meinungsverschiedenheiten über die Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen (zB konservative oder liberale Auslegung von Rechnungslegungsvorschriften, ob sie falsch ausgelegt wurden, ob wesentliche finanzielle Informationen nicht offengelegt wurden, ob bücherliche Aufzeichnungen manipuliert oder gefälscht wurden).

E) Organisationsstruktur

- Angemessenheit der organisatorischen Strukturen (der **Aufbau- und der Ablauforganisation**) des Unternehmens, und ob sie dazu geeignet sind, den nötigen Informationsfluß für die Überwachung der Geschäftstätigkeit zu liefern.
- Angemessenheit der Beschreibung der Verantwortung für **Schlüsselbereiche** und das Verständnis der Verantwortlichen dafür.

- Angemessene **Kenntnisse und Erfahrungen** der für Schlüsselbereiche Verantwortlichen für ihre Funktion.

F) Zuweisung von Autorität und Verantwortung (Delegation)

- Art der Zuweisung von Verantwortung und **Delegation** von Autorität, um die Unternehmensziele zu erreichen, die betrieblichen Abläufe und ihre erforderliche Steuerung zu gewährleisten, einschließlich der Verantwortlichkeit für (interne) Informationssysteme und der Ermächtigungen zu Veränderungen.
- Angemessenheit der festgelegten **Grundsätze und Maßnahmen der internen Kontrolle**.
- Angemessene **Anzahl von Beschäftigten** mit den erforderlichen Fähigkeiten, insbesondere auch für die Datenerfassung und -pflege und das Rechnungswesen, in Abhängigkeit von Größe, Art und Komplexität der Tätigkeiten und der verwendeten Systeme des Unternehmens.

G) Umgang mit dem Humankapital

- Art und Ausmaß der eingeführten Grundsätze und Maßnahmen für die Einstellung, das Training, die Beförderung und die Bezahlung von Mitarbeitern (**Personalpolitik**).
- Angemessenheit der **Verbesserungs- und Korrekturmaßnahmen** bei Abweichungen von den vorgegebenen Grundsätzen und Maßnahmen.
- Geeignete **Auswahl und Beurteilung von Bewerbern** und die Einholung von Hintergrundinformationen auch über solche frühere Tätigkeiten, die für das Unternehmen nicht akzeptabel sein könnten.
- Geeignete Kriterien für die **Leistungsbeurteilung und Beförderung** von Mitarbeitern sowie die Feststellung der Einhaltung des Verhaltenskodex oder anderer Verhaltensrichtlinien des Unternehmens.

II. Risikoanalyse und -bewertung

A) Allgemeine Unternehmensziele und -strategien

- Inwiefern die **allgemeinen Unternehmensziele** ausreichend umfassend **formuliert** sind, um darzulegen, was das Unternehmen erreichen will - aber doch eng genug, um speziell für das Unternehmen zu gelten.
- **Wirksamkeit der Kommunikation** der allgemeinen Unternehmensziele an die Mitarbeiter und die Unternehmensführung.
- Angemessenheit und Beschaffenheit der **Strategien** zur Erreichung der allgemeinen Unternehmensziele.

- Übereinstimmung bzw Abstimmung der **Geschäftspläne und Budgets** mit den allgemeinen Unternehmenszielen, Strategieplänen und den gegebenen Bedingungen.

B) Spezielle (tätigkeitsbezogene) Unternehmensziele und -strategien

- Verbindung (und **Zusammenhang**) der speziellen mit den allgemeinen Unternehmenszielen und Strategieplänen.
- **Abstimmung** der einzelnen speziellen Unternehmensziele miteinander.
- **Relevanz** der einzelnen speziellen Unternehmensziele für alle wesentlichen betrieblichen Prozesse.
- **Bestimmtheit** der speziellen Unternehmensziele.
- Angemessenheit der **finanziellen Mittel** für die Erreichung der einzelnen Ziele.
- Identifikation der **wichtigen Ziele** (der kritischen Erfolgsfaktoren), um die speziellen Unternehmensziele zu erreichen.
- **Einbeziehung aller Management-Ebenen** in die Zielformulierung und Ausmaß, in dem diese in die Zielerreichung eingebunden sind.

C) Risikobestimmung

- Angemessenheit der Methoden zur **Identifizierung** von Risiken, die durch **externe Umstände** entstehen.
- Angemessenheit der Methoden zur **Identifizierung** von Risiken, die durch **interne Umstände** entstehen.
- Identifikation der **wesentlichen Risiken** für jedes spezielle Unternehmensziel.
- Sorgfalt und Relevanz des **Prozesses der Risikoanalyse**, einschließlich der Beurteilung der Wesentlichkeit von Risiken, der Wahrscheinlichkeit ihres Eintritts und der Bestimmung der dagegen erforderlichen Maßnahmen.

D) Bewältigung veränderter Umstände

- Das Vorhandensein von Mechanismen, um **normale Entwicklungen** und Veränderungen des wirtschaftlichen Geschäftsumfeldes (zB neue Technologien, Verhalten der Konkurrenten, veränderte Kundennachfrage, die die Erreichung der allgemeinen oder speziellen Unternehmensziele beeinträchtigen) vorauszusehen, zu identifizieren und darauf zu reagieren. Üblicherweise werden solche Mechanismen durch diejenigen

Manager implementiert, die für die Aktivitäten verantwortlich sind, die durch die veränderten Umstände am meisten betroffen sind.

- Das Vorhandensein von Mechanismen um solche veränderten Umstände des wirtschaftlichen Geschäftsumfeldes, die eine eher dramatische und tiefgreifende, also **bedrohliche Auswirkung** auf das Unternehmen haben können (zB wesentlich geändertes Geschäftsumfeld, neue Mitarbeiter, Einführung neuer Informationssysteme, rasches Wachstum, neue Technologien, Geschäftstätigkeit im Ausland), zu identifizieren und darauf zu reagieren. Solche Umstände erfordern die Aufmerksamkeit der obersten Unternehmensführung.

III. Interne Kontroll-, Überwachungs- und Steuerungsmaßnahmen

Diese bestehen aus den von der Unternehmensführung **vorgegebenen Grundsätzen und Maßnahmen**, die sicherstellen sollen, daß alle Aktivitäten innerhalb des Unternehmens nach den Anweisungen der Unternehmensführung durchgeführt werden.

Dazu gehören zB:

- Überwachung durch die Unternehmensführung
- Direkte Leistungs- und Tätigkeitsbeurteilung
- Prozeßüberwachung (Einhaltung der Arbeitsanweisungen)
- Physische Kontrollen
- Leistungsindikatoren
- Funktionstrennung

Die einzelnen konkreten Maßnahmen hängen von der Art und den Tätigkeiten des Unternehmens ab. Sie müssen - ausgehend von der Risikoeinschätzung - in jedem Einzelfall dazu geeignet sein, sicherzustellen, daß die Anweisungen und Vorgaben der Unternehmensführung eingehalten werden.

In der Praxis ist dies der umfangreichste und wichtigste Teil eines IKS, weil vom Posteingang bis zur Lieferung eines Produktes alle Bereiche eines Unternehmens gestaltet und zweckmäßig überwacht werden müssen.

IV. Information und Kommunikation

A) Information

- Die Bereitstellung **externer und interner Informationen** und die Versorgung der Unternehmensführung mit den erforderlichen Berichten über die Leistung des Unternehmens im Verhältnis zu den vorgegebenen Zielen (**Soll-Ist-Vergleiche**).

- Den richtigen Stellen ausreichend **detaillierte und zeitgerechte Informationen** zur Verfügung stellen, um sie in die Lage zu versetzen, ihre Verantwortlichkeiten wirksam und erfolgreich wahrzunehmen.
- Entwicklung oder Neuorganisation von **speziellen Informationssystemen** auf der Grundlage eines strategischen Plans für Informationssysteme und im Einklang mit der allgemeinen Strategie des Unternehmens, die geeignet sind, die allgemeinen und spezifischen Ziele des Unternehmens zu erreichen.
- Die Unterstützung der erforderlichen Informationssysteme durch die Unternehmensführung äußert sich durch die **Bereitstellung angemessener personeller und finanzieller Ressourcen**.

B) Kommunikation

- Wirksamkeit der **Kommunikation an die Mitarbeiter** betreffend ihre Pflichten und ihre Verantwortlichkeit für interne Kontrollen.
- Das Bestehen von **Informationskanälen** für Mitarbeiter, die den Verdacht auf unsaubere Handlungen mitteilen könnten.
- Die Aufmerksamkeit, die die Unternehmensführung Verbesserungsvorschlägen der Mitarbeiter zur Steigerung der Produktivität, der Qualität oder für andere Verbesserungen widmet (**betriebliches Vorschlagswesen**).
- Angemessenheit der **Kommunikation quer durch die Organisation** (zB zwischen Beschaffung und Produktion) sowie die Vollständigkeit, Rechtzeitigkeit und Brauchbarkeit der Informationen, sodaß die Mitarbeiter ihre Verantwortung wirksam wahrnehmen können.
- Offenheit und Wirksamkeit der **Informationskanäle zu Kunden, Lieferanten und anderen Außenstehenden**, um Informationen über geänderte Kundenwünsche und Bedürfnisse zu übermitteln.
- Ausmaß, in dem **Außenstehende** über die ethischen Standards des Unternehmens **informiert** wurden und dies wahrgenommen haben.
- Unmittelbare und angemessene **Follow-Up und Follow-Through** Aktionen des Managements aufgrund der Mitteilungen von Kunden, Händlern, Aufsichtsbehörden oder anderen Außenstehenden.

V. Überwachung des IKS

A) Laufende Überwachung

- Ausmaß, in dem die Mitarbeiter bei Ausübung ihrer Tätigkeit darüber informiert sind bzw erkennen können, ob das System der internen Kontrollen (weiterhin) wirksam ist (**Kontrollbewußtsein**).

- Ausmaß, in dem Mitteilungen von Außenstehenden innerbetriebliche Annahmen und Erkenntnisse erhärten oder Probleme aufzeigen (**Kontrolldefizite**).
- Periodischer Vergleich der buchmäßigen Aufzeichnungen mit dem **körperlichen Vorhandensein** von Aktiven (Anlage- und Umlaufvermögen, Inventar und Inventur).
- Entsprechung bzw **Umsetzung von Anregungen** der internen Revision oder der externen Prüfer zur Verbesserung der internen Kontrolle.
- Ausmaß, in dem Trainingsseminare, Planungskonferenzen und andere Besprechungen an die Unternehmensführung **Rückmeldungen** liefern, ob bzw inwieweit die internen Kontrollen wirksam sind.
- Daß bei **periodischen Mitarbeitergesprächen** festgestellt wird, ob diese den Verhaltenskodex des Unternehmens verstehen, ihn einhalten und in ihren kritischen Bereichen regelmäßig Kontrollmaßnahmen durchführen.
- Wirksamkeit der **internen Revision**.

B) Spezielle Kontrollen (Beurteilung des IKS)

- Umfang und Häufigkeit von speziellen Kontrollen (**Beurteilungen**) des IKS.
- Angemessenheit des **Vorgehens** bei der (kritischen) Beurteilung des IKS.
- Ob die **Methode** der Beurteilung des IKS logisch und angemessen ist.
- Angemessenheit des Ausmaßes der **Dokumentation** der Beurteilung des IKS.

C) Aufzeigen von Schwachstellen

- Das Bestehen von **Mechanismen**, um **Schwachstellen** des IKS festzustellen und zu berichten.
- Angemessenheit der **Berichterstattung** über Schwachstellen des IKS.
- Angemessenheit der **Verbesserungsmaßnahmen**.

Grenzen eines Internen Kontrollsystems

So gut gestaltet und eingehalten ein System der internen Kontrolle, Überwachung und Steuerung auch sein mag, kann es doch keine Wunder wirken. Es kann der Unternehmensführung eine **hinreichende Sicherheit** darüber vermitteln, daß die Unternehmensziele erreicht werden.

Es kann jedoch **menschliches Fehlverhalten und Fehltritte** nicht ausschließen, es kann durch das **Zusammenwirken mehrerer Personen oder Stellen** außer Kraft gesetzt und von **Vorgesetzten und der Unternehmensführung** umgangen werden. Auch die **Kosten-Nutzen-Relation** kann zu seiner Beeinträchtigung führen.

Verantwortlichkeit

Die Gestaltung, Einführung, Aufrechterhaltung und Überwachung eines IKS fällt in die **Verantwortung der Unternehmensführung**. Als Organ kann sie sich in gewissen Fällen auch der **internen Revision** bedienen. **Außenstehende**, wie externe Prüfer, aber auch Kunden, Lieferanten, Behörden und solche Stellen, die Unternehmen beurteilen (Banken, Kreditschutzverbände, Auskunfteien, Rating-Agenturen etc) können dazu wertvolle **Hinweise und Anregungen** liefern.

M. A. Челнокова

*Самарская государственная
экономическая академия*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

По мнению специалистов франчайзинг - одна из перспективных форм бизнес-отношений в России, однако пока она не получила широкого распространения. Но в самое ближайшее время все может в корне измениться.

Понятие "франчайзинг" происходит от французского термина *franchir*, который означает право на свободу ведения какой-либо деятельности. Франчайзинг как форма организации и ведения предпринимательской деятельности уходит своими корнями в средневековую Англию, где король предоставлял право знати собирать налоги, а в качестве платы за услугу оставлял им часть собранного.

В современной форме считается, что франчайзинг проявился в 1840 г. в британской системе "связанных домов", которая использовалась пивоварами для поддержания нужного объема продаж. В обмен на предоставленный заем или аренду имущества пивовар получал постоянный двор как рынок сбыта своего пива и спиртных напитков. Система "связанных домов" оказалась эффективным коммерческим механизмом и существует до сих пор.

В России франчайзинг обосновался в 1993 году, когда "Baskin Robins" продал первую франшизу. В настоящее время под франчайзингом понимается особая форма сотрудничества двух самостоятельных компаний, когда одна из них (франчайзи) работает, используя торговую марку, фирменный стиль, идеи, технологический процесс или специализированное оборудование другой компании (франчайзера). За право использовать чужие брэнды и ноу-хау франчайзи платит франчайзеру, во-первых, единовременный взнос (франшизу), а во-вторых, регулярные выплаты (роялти). Правовой основой взаимоотношений франчайзера и франчайзи выступает договор франчайзинга, в котором указываются следующие обязанности:

со стороны франчайзера: передача деловой и технической информации, разработка единой документации, контроль качества, обеспечение постоянной поддержки франчайзи, заключение и поддержка эксклюзивных договоров о поставках и др.

со стороны франчайзи: регулярные выплаты роялти, следование производственным стандартам и программе франчайзера.

Совокупность предприятий, работающих с одним франчайзером, образуют так называемую франшизную сеть. Классическим примером такой сети является "Макдоналдс".

В настоящее время, франчайзинг в России находится в начальной стадии развития. По оценке специалистов, в России действует более 200 франчайзинговых фирм (франчайзеров и франчайзи). Это такие торговые компании как "РосИнтер" с ее системой быстрого питания "Ростикс", компания "IC" - программное обеспечение для бухгалтерии, фирма "Эконика" - обувные салоны, "Баскин & Роббинс" - продажа мороженого, компания IKEA, "Jack's pizza", "Херох" - сеть копиральных салонов, "DR&ALEX", ТД "Арома" и многие другие. Иногда российские фирмы, испытывая определенные трудности, пытаются решить их за счет использования франчайзинга. Однако, как известно, через франчайзинг можно тиражировать лишь успешный опыт. Использовать франчайзинг как лекарство нельзя - в этом отношении Россия не является исключением. Несмотря на присутствие в России ряда крупных зарубежных франчайзинговых фирм, франчайзинг до сих пор остается недоступен для российского малого бизнеса, поскольку необходимым капиталом для покупки франшизы таких фирм как "Кэрролс", "Пицца-Хат" и др. мелкие предприниматели не владеют.

Перспективы развития франчайзинга огромны. Он, с одной стороны, обеспечивает «выживание» малого бизнеса и формирование новых рабочих мест, а, с другой стороны, продвижение известной торговой марки - все это для России очень актуально. Наиболее оптимален для России путь, когда фирмы-франчайзеры создают на территории России несколько своих корпоративных предприятий, делают известным свой товарный знак и далее уже на их базе разворачивают франчайзинговую сеть. Главным препятствием на пути распространения системы франчайзинга в России является законодательное регулирование, а также ограниченный доступ к финансовым ресурсам.

Франчайзингу необходима также и поддержка территориальных административных органов в части выделения предприятиям подходящих помещений из муниципальной собственности, предоставления защиты собственности, а также льготные ставки по аренде, налогообложению, хотя бы на начальном этапе. На растущем рынке России, о чем свидетельствует, например, тот факт, что рост рынка парфюмерно-косметической розницы в нашей стране составляет 40-50% в год, в то время как в западных странах он не превышает 3-4%, франчайзинг является самым быстрым способом обучения предпринимателей практическим стандартам, которые необходимы, чтобы вести прибыльный бизнес.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что франчайзинг в России идет по пути развития и в настоящее время это одна из перспективнейших форм процветания бизнеса, которая является отнюдь не бесспорной и не единственной дорогой к успеху.

Подсекция
Лингвистические проблемы
международных деловых коммуникаций

И.С. Голованова
*Самарская государственная
экономическая академия*

**ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ ВИЗУАЛЬНОЙ ОЦЕНКИ КРАСНОГО
ВИНА В СОВРЕМЕННОМ ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ**

Одним из вариантов системной стратификации языка является распределение его словаря по предметным группам и семантическим полям, по терминологическим и прочим лексическим микросистемам.

Чаще всего основанием для семантической группировки слов служит понятийная сфера: названия основных предметов культурно-бытового назначения, продуктов питания, наименования объектов и явлений природы, обозначение цвета и пр. Подобные группировки представляют собой своеобразные ячейки словаря, выделяемые по номинативной значимости. Их изучение помогает раскрыть, как и в каких лексических единицах идет опредмечивание материального мира данной языковой общностью людей, как "членится" при помощи лексики культурный и общественно-исторический опыт данного народа. Так, для современного французского языка характерно наличие обширного пласта лексики, связанного с характеристиками концепта "вино", что отражает особенности языковой картины мира франкоговорящих.

На основании анализа специальной литературы по виноделию мы выделяем следующие лексико-семантические группы прилагательных, характеризующих вино:

- прилагательные общей оценки напитка (bon - хорошее; mauvais - плохое; viril - мужественное; délicat - деликатное и др.);
- прилагательные чувственной оценки вина (acerbe - терпкое; limpide - прозрачное; épicé - пряное и др.);
- прилагательные, отражающие особенности производства вина (moelleux - полусладкое; effervescent - шипучее; jeune - молодое и др.).

Выделенные лексико-семантические группы прилагательных концепта "вино" представляют особый интерес для исследования, поскольку они еще недостаточно изучены. В рамках одной статьи невозможно рассмотреть все указанные лексико-семантические группы. Целью настоящей работы является уточнение границ и состава выделенной нами подгруппы прилагательных визуальной оценки красного вина, которая входит в состав группы прилагательных чувственной оценки, а также выявление семантических компонентов данной группы. Исследованная группа слов - 73 лексические единицы - извлечена нами из энциклопе-

дического словаря Vins et vignobles de France ("Вина и виноградники Франции") и из статей, опубликованных на французских интернет-сайтах, посвященных вину и виноделию.

Основанием для выделения данной лексико-семантической подгруппы служит наличие однородного признака в семантике прилагательных, характеризующих вино (общим элементом понятийного поля в данном случае служит то, что вину дается оценка по внешнему виду), и сочетаемость прилагательных визуальной оценки с гиперсемой "вино". При этом данные словосочетания являются терминами, используемыми в области виноделия.

Визуальный анализ вина является первым этапом в дегустации, не только оценивающим внешние качества вина, но и психологически подготавливающим к дальнейшей дегустации.

В визуальной характеристике вина мы выделяем пять аспектов:

- **couleur** (цвет);
- **limpidité** (прозрачность);
- **brillance** (яркость);
- **fluidité** (текучесть);
- **viscosité** (вязкость).

В парадигму цвета входят три составляющих: 1) **intensité** (интенсивность) - насыщенность вина цветом; 2) **nuance** (оттенок) - отражение степени развития вина и 3) **teint** (окраска) - указание на зрелость винограда и возраст вина.

Интенсивность цвета характеризует богатство вина: "слабое" вино и в цвете будет проигрывать вину хорошему, "богатому". Прилагательные **profonde** (глубокая), **forte** (сильная), **vive** (живая), **foncée** (темная), **marquée** (яркая), **soutenue** (яркая), **légère** (слабая) дают оценку интенсивности цвета. У красных вин такие цвета, как **rouge vermillon** (ярко-красный), **rouge carmin** (красно-алый), **grenat** (гранатовый), считаются бледными по интенсивности и соответствуют ординарным винам. **Grenat tuilé** (гранатово-черепичный), **grenat profond** (темно-гранатовый), **violacé** (фиолетовый) считаются характеристиками среднего вина, показателями хорошего миллезима (года сбора урожая). **Violacé intense** (темно-фиолетовый) и **noir violet profond** (черно-фиолетовый) - признак отличного вина, полученного из винограда, произраставшего в метеорологически благоприятных условиях и на лозе с малой урожайностью.

Оттенок прослеживается при контакте вина со стенкой бокала при его легком наклоне. Он показывает степень развития вина, так как в зависимости от фазы - молодое это вино или на начальной стадии старения - оттенки его будут меняться. Считается, что особенно показательными являются вариации оттенков именно у красных вин. Антоцианы - красящие вещества (пигменты) - у красного вина такие же, как и у растений. Поэтому в оттенках вино проходит то же развитие, что и сорванная роза. По образу срезанного цветка, который в вазе сначала желтеет, потом приобретает коричневый оттенок, цвет красного вина меняется от красного к коричневому. Самые молодые вина (в возрасте одного года) имеют фиолетовые оттенки в цвете (**violacé**), либо красно-пурпурные (**rouge-pourpre**). Мало-помалу фиолетовая составляющая исчезает, оставляя только красный, а двух- трехлетние вина приобрета-

ют красно-вишневые оттенки (**rouge cerise**). К красному быстро прибавляется желтый, с которым он образует оранжевые и охровые тона, и между тремя - семью годами у вина преобладают красно-оранжевые оттенки (**rouge à franges orangées**). После семи лет выдержки основным тоном становится коричневый (**brun**), который может привести к полному исчезновению красного в старых винах.

Окраска вина определяется наличием в вине двух видов антоцианов: белых или красных, содержащихся в винограде, и желтых, полученных из дубильных веществ. На окраску, следовательно, влияют такие факторы, как зрелость винограда во время сбора урожая и возраст вина. Дегустаторы отмечают следующие закономерности: чем темнее окраска вина, тем старее вино; чем вино золотистее, тем более зрелыми были ягоды. Чтобы охарактеризовать окраску вина, используется значительное число прилагательных: **soutenue** (яркая), **foncée** (темная), **presque noire** (почти черная), **concentrée** (концентрированная), **intense** (интенсивная), **profonde** (глубокая), **typée (caractéristique du cépage)** (типичная, характерная для данного сорта винограда), **avancée** (развитая), **évoluée (de brun orangé à ocre)** (развитая - от коричнево-оранжевого до цвета охры).

Дегустаторы выделяют следующую цветовую гамму в окраске красного вина: **cassis** (черносмородиновое), **cerise** (вишневое), **légèremment violet** (слегка фиолетовое), **nuances bleutées** (отливающее синевой), **reflets violacés** (отливающее фиолетовым), **rouge foncé** (темно-красное), **rouge pruneau** (сливово-красное), **rouge tuile** (красно-черепичное), **vermillon** (ярко-красное), **rouge vif** (ярко-красное), **rubis clair** (светло-рубиновое), **rubis foncé** (темно-рубиновое).

Прозрачность зависит от качества осадка и возраста вина. Чтобы передать характеристики прозрачности вина, в терминологии используется 11 прилагательных: **cristallin** (кристалльное), **parfait** (безукоризненное), **net** (чистое), **claire** (светлое), **voilé** (затуманенное), **flou** (неясное, мутное), **louche** (мутное), **trouble** (мутное, тусклое), **mat** (матовое, тусклое), **opaque** (непрозрачное), **chargé en dépôt** (с осадком).

При характеристике **яркости** рассматриваются два аспекта: 1) **transparence** - ясность вина, которая зависит от того, известняк или глина входили в состав почвы, на которой произрастал виноград; 2) **éclat** или **luminance** - сияние, связанное с кислотностью вина. Чтобы определить **ясность** вина, надо посмотреть через бокал с вином. Вино считается ясным, когда можно отчетливо увидеть изображение того, что находится за бокалом. Для оценки ясности вина употребляются только такие прилагательные, как: **très bonne** (очень хорошая), **bonne** (хорошая), **moyenne** (средняя).

Сияние - это световая интенсивность поверхности вина. Обычно по этому аспекту можно определить кислотность: чем ярче вино, тем выше будет его кислотность. Степень сияния вина определяют прилагательные: **brillant** (блестящее), **éclatant** (сверкающее), **lumineux** (светящееся), **irisé** (радужное), **triste** (унылое, мрачное), **mat** (неблестящее, матовое), **terne** (тусклое, блеклое).

Текучесть зависит от количества сахара в вине и определяется при легком повороте бокала, когда можно заметить скорость вращения напитка. Скорость вращения зависит от содержания сахара в вине. Если скорость та-

кая же, как и у воды, то вино не содержит сахара и классифицируется как сухое. Медленная скорость вращения присуща для полусухих и сладких вин. Чтобы охарактеризовать текучесть вина, применяются следующие прилагательные: *liquide* (текучее, жидкое), *aqueux* (водянистое), *fluide* (текучее, жидкое), *moyen* (среднее), *lent* (медленное), *visqueux* (вязкое), *onctueux* (маслянистое, жирное), *sirupeux* (напоминающее сироп).

Вязкость определяется наличием и насыщенностью так называемых "ножек" - следов на стекле бокала от вина. Одни дегустаторы считают, что "ножки" образуются вследствие разницы в скорости испарения воды и алкоголя, входящих в состав вина; другие полагают, что "ножки" являются признаком наличия в вине глицерина: чем больше следов от вина остается на стекле бокала, тем выше концентрация глицерина. Считается, что по скорости исчезновения "ножек" можно определить, холодным или жарким был год, в котором происходило брожение вина: при быстрой скорости - холодным, при медленной - наоборот. Четыре пары прилагательных характеризуют процесс образования "ножек": *lent et irrégulier* (медленный и нерегулярный), *lent et régulier* (медленный и регулярный), *rapide et irrégulier* (быстрый и нерегулярный), *rapide et régulier* (быстрый и регулярный).

Таким образом, во французском языке выделяется лексико-семантическая группа прилагательных визуальной оценки вина, что обусловлено экстралингвистическими факторами и связано с многовековой историей и традициями виноградарства и виноделия во Франции. Большое число прилагательных, входящих в состав этой группы, позволяет специалисту-дегустатору не только дать наиболее точную оценку внешнего вида напитка, но и рассказать о многом из его истории, начиная от характера почвы и места, где произрастал виноград, давший это вино, и заканчивая возрастом вина. Его цветовая гамма по своему количественному выражению не сравнится с описанием никакого другого напитка, и для ее обозначения во французском языке используется не менее 42 прилагательных.

Дальнейшие исследования лексико-семантических групп прилагательных оценки вина могут быть использованы при создании тематических систематизированных словарей и терминологических банков данных, а также в практике перевода.

М.В. Фролова

*Самарская государственная
экономическая академия*

ПОНЯТИЕ "ДИСКУРС" В ЛИНГВИСТИКЕ

В течение последних двадцати лет внимание лингвистов направлено на изучение такого образования как текст. До того времени лингвистическая наука ограничивалась, в целом, исследованием, не выходящим за рамки предложения. И лишь в последнее время лингвистика текста определилась как особая отрасль языковедения.

Возникновение интереса к исследованию текста в целом объясняется общим стремлением исследовать объекты, сложная и многосторон-

ная природа которых может быть раскрыта лишь при учете взаимодействия и взаимовлияния многих сторон и явлений в их функционировании, в реальном употреблении. Современное языковедение стремится объяснить язык как глобальное явление, как средство коммуникации.

В последние годы живо обсуждается вопрос о соотношении таких понятий, как **текст** и **дискурс**. Интересно развитие термина "дискурс" в современной лингвистике. "Дискурсом" в латинском языке называли беседы ученых. Именно в этом значении слово вошло в современные европейские языки: французское "**discours**" и английское "**discourse**" имеют значение "диалог". Этот термин приводится в словаре братьев Гримм 1860 года, где указаны два значения: 1) диалог, беседа; 2) речь, лекция¹.

Дискурс - многозначное понятие, введенное структуралистами. Когда говорят о дискурсе, то в первую очередь имеется в виду специфический способ или специфические правила организации речевой деятельности (письменной или устной).

Анализ дискурса и лингвистика текста образуют близкие, а иногда и отождествляемые области лингвистики. Однако в конце 70-х - начале 80-х годов наметилась тенденция к их разделению, проистекающая из постоянной дифференциации понятий "текст" и "дискурс".

Текст - это прием, абстрактная формальная конструкция. Дискурс же - разные виды ее актуализации, рассматриваемые с точки зрения ментальных процессов и в связи с экстралингвистическими факторами.

Функциональное направление в лингвистике, которое определяет развитие этой науки в последние несколько десятилетий, ориентируется на изучение именно дискурса. Анализ дискурса состоит в том, чтобы определить, как текст наполняется смыслом, и что делает его связным и понятным.

Тексты и дискурсы должны рассматриваться не только как отражающие уже постигнутое человеком, но как создающие новые миры. Конечно, в первую очередь здесь следует говорить о мирах фантазийных, воображаемых, возникающих перед нами в художественных текстах, но, в принципе, каждый текст может быть рассмотрен как возможный мир, - как фрагмент такого мира, который может найти, или же не найти подтверждения в реальной действительности. Текст и дискурс всегда отражают движение человеческой мысли, и в проведении дискурсивного анализа мы считаем главным понимание его как восстанавливающего эту динамику мысли и способы ее экстерииоризации с помощью языковых форм.

Текст - это готовая данность, которая может изучаться в своей завершенности, конечности, тогда как дискурс всегда должен изучаться скорее как процесс создания текстов со своими отличительными особенностями. Текст - это непосредственная материальная данность, и мы можем работать с ней как с определенным рода материальным объектом, дискурс более сложен и для его анализа нам предстоит реконструировать замысел говорящего, его интенции, его установки и т.п., т.е. определить помимо того, что есть в порождаемом на наших глазах речевом произведении, тексте - за текстом или же сверх текста.

¹ Миронова Н.Н. О понятии "дискурс" в современной лингвистике // Тенденция развития в лексике английского языка. М.: Наука, 1992. С.15.

Источником влияния на дискурсивный анализ была зарождающаяся в середине 1960-х годов социалингвистика. Основное внимание социалингвистики было сосредоточено на том влиянии, которое оказывают социальные факторы на лингвистическую вариативность. Изучение реального функционирования языка естественно привело к анализу стилистической вариативности и различных типов дискурса.

Социально-коммуникативный анализ текста основан на предположении о том, что дискурс представляет собой не только структурно-семантическое, но и стилистическое единство. Анализ направлен на воссоздание социально-коммуникативной ситуации, на выявление механизма варьирования тех или иных языковых характеристик текста под воздействием социальных переменных, специфических для этой ситуации.

Данные такого рода исследования могут представлять двойкий интерес. Они раскрывают один из существенных аспектов структуры художественного текста и в то же время позволяют воссоздать языковую действительность в конкретном социально-историческом контексте.

Вопрос о тексте, также как и о дискурсе, безусловно, выходит за рамки собственно лингвистического исследования, это предмет междисциплинарного изучения. Процесс проникновения в суть текста - дискурса требует включения разных программ, - как когнитивного плана, так и интертекстуального, что входит в сферу когнитивной лингвистики и что является решающим моментом в определении коммуникативной, в широком смысле, ценности текста.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

<i>Татарских Б.Я.</i> Отраслевые и региональные проблемы использования научно-технологического потенциала машиностроения	3
<i>Адырхаева Г.Д.</i> Прогнозирование развития АПК	9
<i>Ашмарина С.И.</i> Интеллектуальный капитал как фактор развития информационной экономики	11
<i>Бажанов А.С.</i> Прогнозирование объемов продаж	13
<i>Бажуткина Л.П.</i> Зарубежный опыт формирования промышленной политики	18
<i>Балановская А.В.</i> Некоторые аспекты совершенствования информационного обеспечения управленческой деятельности предприятия	20
<i>Бердников В.А., Иванов И. В.</i> К вопросу о практике прогнозирования развития предприятий	24
<i>Боярко А.В.</i> Экономические проблемы газосервисных предприятий	26
<i>Бурдин А.В.</i> Факторы развития современного промышленного предприятия	28
<i>Буряк И.А.</i> Проблемы использования трудовых ресурсов на сельскохозяйственных предприятиях Самарской области	30
<i>Вахтина М.А., Бердников В.А.</i> О приоритетах государственной промышленной политики	32
<i>Вишневер В.Я.</i> Основные виды ограничительной деловой практики предприятия	35
<i>Горбунов С.В.</i> Технологическое переоснащение как основа развития промышленного комплекса	42
<i>Горбунов С. В.</i> О промышленной политике	44
<i>Гороховицкая Т.Н.</i> Методический инструментарий оценки эффективности использования технологического потенциала промышленных предприятий	47
<i>Гудашев В.А., Чичкина О.В.</i> Метод внутренней нормы прибыли и рентабельности инвестиций как оценка экономической эффективности инвестиций	49

<i>Гусакова Е.П.</i> Направления совершенствования инвестиционного механизма в сельском хозяйстве.....	52
<i>Евдокимова Л.Д.</i> Проблемы формирования и развития вертикально-интегрированных структур в нефтегазовой отрасли.....	54
<i>Ельчанинов Д.В.</i> Причины банкротства промышленных предприятий.....	56
<i>Ефарова С.В., Никитина Н.В.</i> Методические подходы к планированию финансовых средств учреждений культуры.....	57
<i>Запорожцева Е. Н.</i> Учетные проблемы землепользования и арендных отношений.....	61
<i>Иваненко Л.В.</i> К вопросу повышения конкурентоспособности жилищно-коммунального комплекса.....	63
<i>Иванов И. В.</i> Финансовые ресурсы региона: инвестиционный аспект.....	65
<i>Иванов У.И.</i> Математические модели, реализующие технико-экономическую оптимизацию.....	67
<i>Игошина Н.А.</i> Структурная классификация объектов бухгалтерского учета как фактор экономического потенциала предприятия.....	69
<i>Ильяшенко В.А.</i> Лизинг в предпринимательской деятельности.....	71
<i>Карманников Н.В., Бердников В.А., Иванов И. В.</i> Конкурентное развитие инвестиционной активности корпораций.....	75
<i>Касатов А. Д.</i> Оценка экономической эффективности инвестиционного проекта корпоративными структурами.....	77
<i>Касатов А. Д.</i> Теоретические основы методологии формирования и реализации инвестиционной стратегии корпорации.....	79
<i>Кашицына И.П.</i> Формирование структуры рыночного потенциала предприятия.....	83
<i>Китаева М.В., Сурин В.В.</i> Возможности антикризисного управления (на примере ОАО "Безенчукское хлебоприемное предприятие).....	85
<i>Кондратьев П.Г.</i> Управленческие аспекты производственной деятельности... ..	87
<i>Крылов С.А.</i> Анализ распределения и динамики информационных потоков на серверах предприятий.....	89
<i>Кузьмичева О.А.</i> Проблема инновационного менеджмента в современном производстве.....	91
<i>Курсов Н.Н.</i> оборотный капитал предприятия и его компоненты.....	94
<i>Максимова Т.В.</i> Организационно-экономические условия эффективного планирования, учета и оценки затрат на качество.....	96
<i>Маннанов Р.Г.</i> Формирование концепции промышленной политики в регионе.....	100
<i>Менджерес В.Н.</i> Проблемы реализации инновационной модели развития предприятия в экономике современной России.....	102
<i>Мулляров Р.З.</i> Интеллектуальный капитал как элемент функционирования предприятия.....	104

<i>Мясникова В.М.</i> Основные направления развития предприятий пищевой и перерабатывающих отраслей агропромышленного комплекса Самарской области.....	106
<i>Носов С.А.</i> Обоснование критерия и показателя инвестиционной привлекательности.....	108
<i>Носов С.А.</i> Управление инвестиционной привлекательностью проекта на стадии его реализации.....	113
<i>Опекунов А.Н.</i> Ретроспективный анализ моделей эффективности организаций.....	117
<i>Орлова М.О.</i> Проблемы реструктуризации акционерных обществ.....	119
<i>Прокопович Д.А.</i> Механизмы согласования экономических интересов в холдинге.....	121
<i>Проскурина В.А., Гончаренко О.Н.</i> Бухгалтерский учет расходов на НИОКР согласно ПБУ 17/2003.....	126
<i>Рябов В.П., Татарских Б.Я., Хохлова О.Л.</i> Структурно-технологические факторы совершенствования конструкционных материалов в машиностроении.....	128
<i>Сафонова О.В.</i> Проблемы формирования земельно-имущественных комплексов промышленных предприятий Самарской области.....	131
<i>Светкина И.А.</i> Управленческий учет производственно-хозяйственной деятельности предприятия.....	138
<i>Свиридова Е.Н.</i> Планирование финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта....	142
<i>Сесюнина Е.В.</i> Об экономической устойчивости предприятия.....	144
<i>Скакун Т.В.</i> Агропромышленные формирования: опыт и проблемы.....	146
<i>Скорик О.В.</i> Вопросы совершенствования материально-технической базы ремонтных предприятий.....	148
<i>Смекалин А.А.</i> Контроллинг в управлении инвестиционными проектами.....	151
<i>Соколова Т.П., Буряк И.А.</i> Роль финансов в укреплении экономики предприятия.....	152
<i>Сусорова Н.И.</i> Проблемы формирования инвестиционных ресурсов предприятий.....	155
<i>Тагирова Л.Т.</i> Динамика межрегиональных отношений и связей и ее влияние на позиционирование предприятий.....	157
<i>Туктарова Л.Р.</i> Оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия на основе ее анализа.....	161
<i>Тухаринов Ю.Л.</i> Особенности формирования стратегии развития современного предприятия.....	164
<i>Федоров О.В.</i> Анализ себестоимости продукции основного производственного подразделения.....	166
<i>Филин Г.С., Стенгач М.С.</i> Организация процесса планирования производства множества объектов труда с длительным технологическим циклом.....	168

<i>Хрусталёв М.В.</i> К вопросу о приоритетах структурной политики.....	174
<i>Шаховская Л.С., Поволокин М.А.</i> Методы моделирования финансовых потоков на промышленных предприятиях	176
<i>Шевлякова Е. М.</i> Проблемы устойчивого развития АО "АвтоВАЗ"	178
<i>Щуцкая А.В.</i> Государственное регулирование сельского хозяйства как фактор устойчивого развития отрасли.....	183
<i>Эргашев Р. Э.</i> Инвестиции как путь совершенствования инфраструктуры туризма в Узбекистане.....	185

Секция 2

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА

<i>Абрамов Н.В., Борисов В.В.</i> Проблемы повышения качества управления при внедрении информационных технологий	189
<i>Буцаев И. В., Чечин Н. А.</i> Соглашения о разделе продукции (СРП). Некоторые причины неэффективности их реализации в РФ в современных условиях	191
<i>Волошин А.В.</i> Эффективная организационная структура - важная составляющая конкурентоспособности компании	194
<i>Герасимова В.Д., Чупрынов Б.П., Горшкова И.Е.</i> Некоторые организационно-методические вопросы оптимальной деятельности предприятия	196
<i>Ельчанинов Д.В.</i> Методы прогнозирования банкротства промышленных предприятий	198
<i>Желудков А.Е.</i> Влияние на динамику энергоемкости удельных расходов и цен на энергоресурсы.....	200
<i>Желудков А.Е.</i> Оценка обоснованности расчета ресурсной эффективности ...	204
<i>Золотарев А.В.</i> Информационные технологии организации: решение проблем или новомодное заблуждение	206
<i>Иванкина М.С.</i> Реструктуризация организации производства на промышленном предприятии.....	208
<i>Илларионов М.Г.</i> Программно-целевое планирование технического перевооружения энергосистемы	209
<i>Кашицина И.П., Курсов Н.Н.</i> Рыночный потенциал в системе управления оборотным капиталом предприятия	211
<i>Комарова Т.И., Крюков А.Ф.</i> Коэффициентный метод оценки эффективности структурной дифференциации предприятия.....	213
<i>Королев А.А.</i> Оптимизация себестоимости как элемент антикризисного управления.....	218
<i>Крайкова Т.Г., Желудков А.Е.</i> Стимулирование повышения эффективности использования энергоресурсов	221

<i>Крайкова Т.Г., Семашкина З.Н.</i> Динамика изменения мотивации работников коммерческого предприятия	225
<i>Крайкова Т.Г., Филимонкина О.В.</i> Совершенствование взаимосвязи показателя себестоимости с показателями платежного бюджета	228
<i>Крайкова Т.Г., Шолкина Т.Г.</i> Моделирование влияния прибыли на производительность труда, рентабельность производства и норму чистого дохода	232
<i>Крайкова Т.Г., Шолкина Т.Г.</i> Методология оценки влияния фактора инфляции на динамику прибыли.....	235
<i>Курсов Н.Н.</i> Формирование политики управления оборотным капиталом предприятия.....	237
<i>Лапин А.В.</i> Роль неопределенности и риска в предпринимательской деятельности.....	239
<i>Макарова К.С.</i> Моделирование, анализ и реинжиниринг бизнес-процессов промышленных предприятий	241
<i>Маршак А.Е., Маршак Е.Я.</i> Организация поиска показателей в экономических базах данных	243
<i>Нор-Арвелян Г.Г.</i> Организация учетного процесса на предприятиях различной формы собственности.....	245
<i>Носов А.С.</i> К вопросу о типологии структурных организационных форм современных предприятий.....	247
<i>Носов А.С.</i> К содержанию внутренней эффективности и целей деятельности предприятия.....	249
<i>Носов А.С.</i> Проблемы использования нефинансовых критериев для оценки деятельности бизнес-единиц	250
<i>Пименова Е.М.</i> Основные направления и особенности оценки финансовой устойчивости предприятия в условиях рынка.....	253
<i>Попов М.В.</i> Функциональные проявления экономической деятельности домашних хозяйств	257
<i>Реброва Н.П.</i> Факторы и условия, влияющие на формирование конкурентных стратегий предприятий, оказывающих потребительские услуги.....	259
<i>Рожкова Е.В.</i> Проблемы организационных структур управления современными российскими предприятиями	264
<i>Ряднов В.Л.</i> Практические подходы к реструктуризации промышленных предприятий	266
<i>Семашкина З.Н., Крайкова Т.Г.</i> Оценка динамики затрат на один рубль товарной продукции в производстве электро- и теплоэнергии с выделением фактора цен	268
<i>Синельников Р.Е.</i> Гибкость управления как фактор повышения эффективности производства	270

<i>Сороколет И.И.</i> Проблемы и перспективы развития молочной промышленности России	273
<i>Сороколет И.И.</i> Анализ товарного ассортимента продукции ОАО "Кинельский молочный завод"	275
<i>Трахтенберг Б.Ф.</i> Рыночный срез модели организации промышленных предприятий	277
<i>Трубникова Е.И.</i> Разработка модуля расчетов в рамках создания биллинговой экспертной системы	279
<i>Усова Е.В.</i> Экономическая устойчивость предприятия в переходной экономике	282
<i>Фахретдинов Р.Г.</i> Жизнеспособность фермерских хозяйств в современной конкурентной среде	284
<i>Фионин В.В.</i> Экономический механизм управления планированием в конкурентных условиях	287
<i>Фионин В.И., Фионин В.В.</i> Методологические основы планирования конкурентоустойчивости предпринимательства	289
<i>Фомин В.П., Синчинова Н.Я.</i> Проблема обеспечения достоверности данных бухгалтерского учета о потенциале предприятия	297
<i>Чечин Н.А.</i> Установление связей между изменением фондоотдачи, себестоимости и прибыли	299
<i>Чечин Н.А., Буцаев И.В.</i> Экономическая специфика освоения шельфовых нефтегазовых месторождений	301
<i>Чечин Н.А., Макаров С.В.</i> Концепция управления стоимостью нефтегазодобывающего предприятия	305
<i>Чечин Н.А., Чувашов С.Н.</i> Эволюция концепции стратегического управления	308
<i>Чувашов С.Н.</i> Проблемы стратегического управления в России	310
<i>Эргашев Р.Э.</i> Проблемы развития туризма в Самаркандской области	315

Секция 7

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

<i>Авдонин К.С.</i> Проблемы позиционирования предприятия на российском и зарубежном рынках	318
<i>Бородулина Л.П.</i> Место и роль малого бизнеса в мировом общественном воспроизводстве	321
<i>Волкодавова Е.В.</i> Международная выставка как фактор формирования экспортного потенциала промышленного предприятия	327
<i>Вобликова Ю.В.</i> Проблемы продвижения товара на зарубежные рынки	330
<i>Громова Т.В.</i> Повышение коммуникативной и профессиональной компетенции специалистов, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность предприятий	334

<i>Гусева И.В.</i> Оценка эффективности международных экономических миссий для промышленных предприятий	335
<i>Евсеев С.В.</i> Основные вопросы развития экономики международного туризма Самарской области	337
<i>Жалолов Ж.Ж., Ахмедов И.А.</i> Основные тенденции развития международного туризма в условиях глобализации	339
<i>Иванкина М.С.</i> Направления диверсификации деятельности свободных экономических зон	341
<i>Имамов Х.</i> Инвестиционный потенциал Узбекистана	344
<i>Калугина Е.В.</i> Роль социокультурной компетенции в международных деловых контактах	346
<i>Комякова Е.А.</i> Стратегическое планирование участия в международной выставке	347
<i>Никитина Н.В.</i> Некоторые аспекты формирования экономического потенциала Самарской области в геоэкономическом пространстве	350
<i>Тихонов Ю.А., Османкина М.Ю.</i> Финансовые аспекты повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий Самарской области	356
<i>Чертыковцева Т.А.</i> О роли бренд-нейминга во внешнеэкономической деятельности и международных деловых коммуникациях предприятия	358
<i>Яковлев Г.И., Макарова Т.В.</i> Развитие межкультурных коммуникаций предприятий, организаций города Самары	361
<i>Риавитц Э. (Erich Riavitz).</i> Система внутреннего контроля предприятий (Wesen eines internen Kontrollsystems)	365
<i>Челнокова М. А.</i> Использование франчайзинга на российском рынке	377
<i>Голованова И.С.</i> Прилагательные визуальной оценки красного вина в современном французском языке	379
<i>Фролова М.В.</i> Понятие "дискурс" в лингвистике	382

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

Материалы
3-й Международной научно-практической
конференции

20-21 ноября 2003 года

Часть 1

Экономика предприятия. Организация производства.
Внешнеэкономическая деятельность предприятия

Материалы представлены в авторской редакции

Лицензия ИД № 06360 от 30.11.2001.
Подписано в печать 10.11.2003. Формат 60x84/16.
Бум. офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 22,79 (24,5).
Уч.-изд. л. 28,22. Тираж 500 экз. Заказ №

Самарская государственная экономическая академия.
443090, Самара, ул. Советской Армии, 141.
ООО "ИНСОМА-ПРЕСС". 443011, Самара, ул. Сов. Армии, 217.

Министерство образования Российской Федерации
Администрация Самарской области
ЦЭМИ РАН
Самарская государственная экономическая академия
Самарский государственный технический университет
Международная академия организационных наук
Международная академия корпоративного управления
Вольное экономическое общество
Самарский областной комитет государственной статистики

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИЯТИЙ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

**Материалы
3-й Международной научно-практической
конференции**

20-21 ноября 2003 года

Часть 1

**Экономика предприятия. Организация производства.
Внешнеэкономическая деятельность предприятия**

Самара 2003

