

ВЕСТНИК

ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО № 5 (105)
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА 2008

СЕРИЯ

«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»

Выпуск 5

ПОСВЯЩАЕТСЯ
65- ЛЕТИЮ ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Редакционная коллегия:

д.э.н., профессор Каточков В.М. (*отв. редактор*),
д.э.н., профессор Баев И.А. (*зам. отв. редактора*),
к.т.н., доцент Науменко Н.В. (*отв. секретарь*),
д.э.н., профессор Антонюк В.С., д.э.н., профессор Баев Л.А.,
д.э.н., профессор Мельникова Е.И., д.э.н., профессор Мохов В.Г.,
д.э.н., профессор Шевелёв А.Е., д.э.н., профессор Щербаков В.В.,
д.э.н., профессор Горшенин В.П.

СОДЕРЖАНИЕ

Экономическая теория и мировая экономика

| | |
|--|----|
| ВАРЛАМОВ А.С. Организационно-экономическая сущность реструктуризации | 3 |
| ГВОЗДЕЦКАЯ Е.В. Особенности моделирования российской макроэкономической динамики в период 1991–2006 гг. | 11 |
| КОСТЕНКОВА В.Г. Формализация роли розничной торговли в национальной экономике ... | 16 |
| СЕЛЛЕР О.И., ИВАНОВА Е.В. Поведение фирмы с позиции эволюционного подхода | 22 |

Региональная экономика

| | |
|---|----|
| КОРОЛЮК Л.В. Методологические подходы к оценке уровня развития регионального рынка жилья и его влияния на развитие промышленного комплекса региона и в целом национальной экономики | 27 |
|---|----|

Содержание

Экономика и финансы

ДАНИЛОВА И.В., НИКОНОВ В.Е. Особенности концентрации банковского сектора в Российской Федерации 33

ЛЯСКОВСКАЯ Е.А. Экономическая устойчивость производственных предприятий: понятия, факторы, виды 40

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

ВАЙСМАН Е.Д., КУЗНЕЦОВА Т.А. Технология постановки управленческого учета на промышленных предприятиях 46

Бухгалтерский учет, анализ и аудит

ЛОФИЧЕНКО Н.В. Торговая надбавка в ценовой политике торговой организации 54

Управление социально-экономическими системами

КАРПУШКИНА А.В., БАЛДИНА Ю.А. Методика оценки социально ответственного поведения бизнеса 58

Предпринимательская деятельность

ЕРЦОВА И.В., МИНЕЕВА Т.А. Специфика планирования производства уникальной продукции на машиностроительном предприятии 66

Аннотации 76

Сведения об авторах 78

Экономическая теория и мировая экономика

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ

А.С. Варламов

*Южно-Уральский государственный университет,
г. Челябинск*

Каждая экономическая система на определенном этапе своего развития имеет необходимость проведения реструктуризации. Причем реструктуризационные процессы могут быть как плановыми, выступая в качестве элемента реформирования предприятия, так и антикризисными, используемыми в условиях общей неплатёжеспособности и применения процедур несостоятельности.

В современных условиях процесс реструктуризации промышленного предприятия становится объективной необходимостью, обеспечивающий не только конкурентоспособность предприятия, но и его выживание. За последнее десятилетие практически ни одна ведущая корпорация в мире не смогла избежать рискованной и болезненной процедуры радикального реструктурирования. По оценкам, промедление и попытка обойтись без серьезных изменений привели к исчезновению каждой четвертой компании из списка 500 ведущих корпораций мира [4].

Проблемы реструктуризации для российских компаний еще более актуальны. Это обусловлено несколькими причинами, главными из которых являются: переход России к рыночной экономической системе, повышение финансовых рисков предприятий в условиях рыночной экономики, развитие конкурентной борьбы между компаниями и группами компаний в различных сегментах рынка, борьба за передел собственности и ряд глубоких финансово-экономических кризисов, постигших российскую экономику за последние десять лет. Реструктуризация вызвана необходимостью адаптации не только к быстро меняющейся внешней среде, но и к рыночной экономике в целом. Перед руководителями промышленных предприятий встает сложная задача разработки и реализации проекта реструктуризации, которая должна предусматривать принципиальное изменение структуры компании.

Обзор приводимых в различных источниках определений реструктуризации предприятий выявил наличие множества дефиниций исследуемого понятия. Кроме того, используя существующие многочисленные определения, невозможно определить границу между реструктуризацией и другими понятиями, используемыми для определения любого комплекса мероприятий, направленного на повышение эффективности производственной деятельности. В частности, ряд авторов отождествляет понятия реструктуризации и реорганизации. В некоторых работах реструктуризация приравнивается к понятию реформирования. Достаточно часто реструктуризацию связывают с реинжинирингом.

В целом, встречаются различные точки зрения на соотношение понятий этих категорий – от их отождествления до подчинения одного другому и даже противопоставления.

Мы провели систематизацию встречающихся в различных источниках подходов к определению соотношений этих понятий (табл. 1), на основе которой попытаемся сформулировать собственный взгляд на соотношение исследуемых категорий.

Рассмотрим последовательно каждое из соотношений.

1. Реформирование и реструктуризация

Рассматривая соотношение терминов «реформирование» и «реструктуризация», следует подчеркнуть, что первый из них широко используется не только в области экономических и производственных отношений, но и в политике, в области социальных отношений и т.п. В то же время категория «реструктуризации» в большей степени используется по отношению к экономике в целом и к хозяйствующим субъектам, в частности.

Кроме того, в современной теории и практике понятие «реформирование предприятий» является всеобъемлющим, охватываю-

Таблица 1

Систематизация подходов к определению соотношения понятий «реформирование», «реорганизация», «реинжиниринг» и «реструктуризация»

| Ключевое понятие | Соотношение с понятием «реструктуризация» | Автор, источник |
|------------------|---|--|
| Реформирование | Реструктуризация – цель реформирования | Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: ИНФО-М, 2005. – 479 с. |
| | Реструктуризация – один из инструментов реформирования | Одинцов М.В., Ежкин Л.В., Аистова М.Д., Гайдук К.В. Типовая (примерная) программа реформы предприятия. – М.: Бизнес и финансы, 2005. |
| | Реструктуризация – единственно возможный инструмент реформирования | Мазур В.И., Шапиро В.Д. |
| | Реструктуризация и реформирование – отдельные, обособленные процессы | Тренев В.Н., Ириков В.А., Ильдеменов С.В. |
| Реорганизация | Реорганизация – частный случай (направление) реструктуризации | Коноков Д., Рожков К., Одинцов М.В., Ежкин Л.В., Карлик А., Гришпун Е., Валдайцев С.В., Мерзликina Г.С., Семикин Е.А., Аистова М.Д., Гайдук К.В. |
| | Реорганизация – форма реструктуризации | Терещенко О.О. «Фінансова санація та банкрутство підприємств». – Київ: КНЕУ, 2000. – С. 217 |
| | Реорганизация – единственно возможный инструмент реструктуризации | Глушевский А., Крыжановский В.Г., Минаев Э.С., Панагушин В.П. |
| Реинжиниринг | Реинжиниринг – один из инструментов реструктуризации | Современный экономический словарь |
| | Понятие реинжиниринга фактически заменяет реструктуризацию, правда, в несколько ином качественном плане | Хаммер М., Чампи Дж., Дэйвенпорт Т., Шеер А.В., Хотинская Г.И., Баринов В.А., Гончаров В.В., Калянов Г.Н. |
| | Реинжиниринг и реструктуризация – отдельные, обособленные процессы | Валдайцев С.В., Аистова М.Д. |
| | Реинжиниринг и реструктуризация – отдельные, взаимосвязанные между собой (рекурсивные) процессы | Гайдук К.В. |

щим многочисленными направлениями хозяйственной деятельности организации и ее преобразований, а именно: реструктуризацию, реорганизацию, изменение формы собственности и технологии производства и т. д. Таким образом, с нашей точки зрения, реструктуризация является частью общей программы реформирования предприятия.

2. Реорганизация и реструктуризация

Термин «реструктуризация», единственный из всех исследуемых понятий, имеет закрепленное в законодательстве определение. В соответствии с ГК РФ и ФЗ «Об акционерных обществах» под реорганизацией понимается «...слияние, присоединение, выделение, преобразование юридического лица...». Другими словами, реорганизация предполагает реструктуризацию собственности. В то же время реструктуризационные процессы могут

проводиться и без изменения структуры собственности, например, при реструктуризации систем управления. Либо реструктуризация собственности может сопровождаться реструктуризацией системы управления, производственных процессов и т. п.

Таким образом, с нашей точки зрения, понятие реструктуризации шире понятия реорганизации, и реорганизация может выступать как один из видов реструктуризации.

3. Реинжиниринг и реструктуризация

По определению известных в области теории управления авторов М. Хаммера и Дж. Чампи, реинжиниринг представляет собой «...фундаментальное переосмысление и радикальное изменение решений о деловых процессах с целью достижения драматических улучшений в критически важных показателях деятельности, таких как издержки, качест-

во, обслуживание и скорость» [2, с. 253].

Реинжиниринг бизнес-процессов базируется на доктрине об организации и изменениях систем управления и производства, основанной, с одной стороны, на достижениях в области вычислительных и информационных технологий, а с другой, – на системных изменениях свойств рынка, выраженных в индивидуализации предоставляемых потребителю товаров и услуг.

Базовые концепции развития реинжиниринга заключаются в понимании того, что реинжиниринг, как важнейшее направление стратегического планирования, основывается на осознании несоответствия прежней модели хозяйственной деятельности изменившимся нестабильным внешним условиям бизнеса. Поэтому теория и методология мероприятий реинжиниринга основываются на концепциях и моделях, целью которых является переориентация принципов хозяйственной деятельности, четкая синхронизация процедур перепроектирования производственных систем и изменяющихся запросов рынка, ожиданий потребителей, клиента, заказчика, владельца собственности, кредитора, общества и др.

Таким образом, задача реинжиниринга состоит не в создании модели, отвечающей требованиям конкретного рынка, а в создании архитектуры бизнеса, способного эволюционно взаимодействовать с динамически изменяемыми свойствами рынка в целом.

Глобальные изменения, происходящие в мировой экономике, связанные с информатизацией и технологизацией факторов и моделей экономического роста, приводят к изменению принципов систем и структур управления, направлений технологического развития, трансформированию содержания стратегического и тактического менеджмента.

Как научно-практическое направление реинжиниринг бизнес-процессов в последние годы превратился в одно из ведущих и активно развивающихся направлений в менеджменте. В западных странах, по заявлениям специалистов, вообще приближается эпоха реинжиниринговых технологий.

Авторов научных статей и публикаций, освещающих тему реструктуризации и реинжиниринга, можно условно разделить на две группы. Одна из них считает реинжиниринг составной частью или одной из форм реструктуризации. Вторая, напротив, полагает, что реинжиниринг является независимой и целостной системой организации бизнеса компании.

С нашей точки зрения, задача реструктуризации предприятия состоит в согласовании рынка и структуры бизнеса компании. Задача реинжиниринга – в создании универсально адаптированной к изменяемому рынку модели бизнеса компании.

Реинжиниринг начинается с признания наличия системных ошибок в организации бизнеса. Поэтому он проходит как фундаментальное перепроектирование и, как правило, требует привлечения средств из внешних источников. При этом реинжиниринг – это всегда изменения, вследствие которых компания приобретает процессно-ориентированную структуру бизнеса. В случае реструктуризации разработчик изучает проблемы, и его действия направлены на устранение проблем, в случае реинжиниринга он исследует и ищет пути реализации возможностей.

Таким образом, на основании вышесказанного можно сделать вывод о том, что понятия «реструктуризация» и «реинжиниринг» не являются ни равнозначными, ни доминирующими один над другим. Применение каждого может быть обусловлено специфическими свойствами хозяйствующего субъекта, а также стратегическими целями его руководства. С нашей точки зрения, реинжиниринг может рассматриваться как один из методов реструктуризации.

На основе проведенного анализа сформулируем авторское определение реструктуризации предприятия.

Реструктуризация – это управляемый процесс структурных изменений в деятельности предприятия, способный обеспечить устойчиво высокие показатели его развития в условиях непрерывных изменений внешней среды.

Данное определение содержит, по сравнению с большинством существующих, ряд уточнений. Во-первых, в определении структурные изменения не ограничены изменением какой-либо одной структуры. Во-вторых, подчеркнуто, что процесс изменений является управляемым. В-третьих, определяется цель процесса реструктуризации – обеспечение предприятию устойчиво высоких показателей развития. При этом в зависимости от формы проводимой реструктуризации и стратегических целей предприятия цель может выражаться в различных показателях развития. И, наконец, в определении выделяется главная причина проведения реструктуризации – непрерывное изменение окружающей среды.

Опираясь на сформулированное определение, с одной стороны, и на результаты проведенного исследования, с другой, можно предложить классификацию видов реструктуризации предприятия по шести основным классификационным признакам (табл. 2).

Коротко остановимся на каждом классификационном признаке.

1. Традиционно собственники и менеджмент компании преследуют две цели реструктуризации: это повышение конкурентоспособности компании с последующим увеличением ее стоимости. В зависимости от целевых установок и стратегии компании определяется одна из форм реструктуризации: оперативная или стратегическая.

Оперативная реструктуризация предполагает изменение структуры компании с целью ее финансового оздоровления (если компания находится в кризисном состоянии), или с целью улучшения платежеспособности. Она проводится за счет внутренних источников компании с помощью инструментария сокращения и так называемого «выпрямления» (перехода от косвенных к прямым издержкам) издержек, выделения и продажи непрофильных и вспомогательных бизнесов. Результатом оперативной реструктуризации является получение прозрачной и более

управляемой компании, в которой собственники и менеджеры уже могут понять, какие бизнесы следует развивать, а от каких избавляться. Оперативная реструктуризация способствует улучшению результатов деятельности предприятия в краткосрочном периоде и создает предпосылки для проведения дальнейшей, стратегической реструктуризации.

Стратегическая реструктуризация – это процесс структурных изменений, направленный на повышение инвестиционной привлекательности компании, на расширение ее возможностей по привлечению внешнего финансирования и роста стоимости бизнеса. Реализация такого типа реструктуризации направлена на достижение долгосрочных целей. Результатом ее успешного проведения становится возросший поток чистой текущей стоимости будущих доходов, рост конкурентоспособности компании и рыночной стоимости ее собственного капитала.

2. Проведение как оперативной, так и стратегической реструктуризации может охватывать либо все элементы бизнес-системы (комплексная реструктуризация), либо отдельные ее составляющие (частичная или «лоскутная» реструктуризация).

Комплексная реструктуризация затрагивает все элементы компании, это долгосрочный и

Таблица 2

Классификация форм реструктуризации предприятий

| Классификационный признак | Виды реструктуризации |
|---|--|
| 1. Целевые установки | Оперативная реструктуризация |
| | Стратегическая реструктуризация |
| 2. Масштаб структурных изменений | Комплексная реструктуризация |
| | Частичная («лоскутная») реструктуризация |
| 3. Объект реструктуризации | Реструктуризация производства |
| | Реструктуризация управления |
| | Реструктуризация активов |
| | Финансовая реструктуризация |
| | Реструктуризация организационной структуры |
| | Реорганизация |
| 4. Уровень реструктуризации | Реструктуризация на микроуровне |
| | Реструктуризация на макроуровне |
| 5. Метод проведения структурных изменений | Реструктуризация развития |
| | Реинжиниринг |
| 6. Направления реструктуризации | Внутреннее |
| | Внешнее |

дорогостоящий процесс, который, как правило, проводится поэтапно. В ходе такой реструктуризации используются различные механизмы. При этом в зависимости от влияния точечных преобразований на отдельные направления деятельности компании происходит корректировка общей программы реструктуризации и продолжается дальнейшая работа.

В отличие от комплексной частичная реструктуризация (или «лоскутная») затрагивает один или несколько элементов бизнес-системы. В ходе ее реализации происходят изменения в функциональных областях, преобразования часто носят хаотичный характер, а их влияние на другие направления деятельности компании не анализируется. Поэтому чаще всего частичная реструктуризация приводит лишь к локальным результатам и может быть неэффективна в рамках всей бизнес-системы.

3. В зависимости от поставленных целей объектом реструктуризации может являться практически любой, один или несколько элементов бизнеса (в случае проведения частичной реструктуризации) либо предприятие в целом (если речь идет о комплексной реструктуризации).

Так, в случае обновления или модернизации основных средств, замены оборудования и изменения структуры производственных процессов, можно говорить о производственной реструктуризации.

В последние годы высокую популярность приобрела реструктуризация систем управления. Она связана с постановкой систем управленческого учета, бюджетирования, системы сбалансированных показателей, автоматизацией систем управления и т. п.

Реструктуризация активов в первую очередь предполагает выделение непрофильных активов из структуры предприятия. Здесь часто возникает вопрос об использовании аутсорсинга.

Финансовая реструктуризация – это меры по расчистке баланса предприятия, упорядочению активов компании по критериям рыночной экономики. В отличие от организационной финансовая реструктуризация не может растягиваться на годы. Финансовое оздоровление должно проводиться быстро, иначе оно просто потеряет смысл.

Этот вид реструктуризации необязательно сразу приводит к банкротству или ликвидации проблемных предприятий. Его основная задача – расчистить активы, достигнуть приемлемой для всех заинтересованных лиц

договоренности по долгам. Так, в Польше [1] еще в 1993 г. был принят Закон о финансовой реструктуризации предприятий и банков, предусматривающий несколько моделей оздоровления финансов – от договоренности до публичной распродажи долгов. Кредиторы могут требовать процедуры банковского (несудебного) урегулирования при задолженности в размере 20% обязательств. Долги могут быть проданы по рыночной цене с аукциона на основе публичного предложения. Их можно обменять на акции. Благодаря такому широкому выбору вариантов финансового оздоровления кризисных предприятий реальной процедуре банкротства с распродажей активов подверглись только 15% потенциально неплатежеспособных фирм.

Организационная реструктуризация – это комплекс мер, направленных на приближение размеров предприятия и его подразделений к требованиям конкурентной рыночной среды. Такая задача стояла перед всеми странами с переходной экономикой, получившими от социализма сверхконцентрированное и монополизированное хозяйство.

Организационная реструктуризация может приводить к распределению собственности крупных государственных предприятий по 15–20 компаниям или фирмам-спутникам, формально независимым, но вращающимся в орбите головной компании. Сложность и разветвленность производственно-технических связей приводит к большому разнообразию форм взаимного переплетения капиталов. Сеть взаимосвязей, построенная на перекрестном и комбинированном владении капиталами, в отличие от административно создаваемых жестких структур, гибка, подвижна, способна к перераспределению и развитию через рынки капиталов. Разновидностью таких структур являются некоторые финансово-промышленные группы и холдинги в России.

Организационная реструктуризация связана с реорганизацией, при этом чаще всего происходит изменение прав собственников. Виды реорганизации представлены в табл. 3.

4. Проблемы реструктуризации могут решаться непосредственно на микроуровне экономики, т. е. индивидуально на каждом предприятии. При необходимости проводится целенаправленный подбор стратегических инвесторов, способных предоставить необходимый капитал и привнести современный опыт управления.

Таблица 3

Виды реорганизации

| Вид | Определение | Примеры |
|---|---|--|
| Слияние двух и больше предприятий в одно, в том числе: <ul style="list-style-type: none"> горизонтальное вертикальное | Переход имущества, прав и обязанностей каждого из них к вновь возникшему предприятию: объединение предприятий, которые производят одинаковый тип товаров или предоставляют одинаковые услуги; объединение какого-либо предприятия с его поставщиком сырья или потребителем его продукции | Образование Криворожского государственного горно-металлургического комбината «Криворожсталь» посредством объединения трех предприятий: Криворожского металлургического комбината, Новокриворожского ГОКа и Криворожского КХЗ. Подобное слияние характеризуется как вертикальное |
| Присоединение одного предприятия к другому | Означает, что к последнему переходят имущество, права и обязанности первого предприятия. Новое предприятие вследствие такой реорганизации не возникает | Включение Донецкого химико-металлургического завода в состав Мариупольского металлургического комбината им. Ильича |
| Поглощение | Представляет собой приобретение всех или абсолютного большинства корпоративных прав одного предприятия другим предприятием. При этом поглощенное предприятие может сохранить свой статус юридического лица и стать дочерним предприятием, либо может оказаться присоединенным к нему и стать его структурным подразделением, потеряв при этом свой юридический статус | Такой способ реорганизации использован при создании ГАК «Украинские полиметаллы», ГАК «Укррудпром», в результате чего все государственные предприятия, целиком вошедшие в эти структуры, трансформировались в дочерние предприятия. Поглощение компанией «Балтика» Челябинского пивзавода |
| Разделение предприятия | Создание на основе одного существующего двух и больше новых предприятий как самостоятельных юридических лиц. При этом исходное предприятие прекращает свое существование, ликвидируется. Такой способ реорганизации еще не применялся в металлургическом комплексе | — |
| Выделение | Предусматривает, что из действующего предприятия выделяется одно или несколько структурных подразделений и на базе их имущества создаются новые предприятия. При выделении из юридического лица одного или нескольких новых юридических лиц к каждому из них переходит в соответствующих частях имущественные права и обязанности реорганизованного юридического лица | Выделение нескольких ЗАО и дочерних предприятий из ОАО «Никопольский Пивденнотрубный завод»; выделение ЗАО «Истил-Украина» из ОАО «Донецкий металлургический завод»; выделение СП «Метален» из ОАО «Енакиевский металлургический завод» и другие |
| Преобразование предприятия | Представляет собой изменение существующих формы собственности, или организационно-правовой формы предприятия на другие без прекращения его хозяйственной деятельности. При преобразовании к вновь возникшему предприятию переходят все права и обязанности прежде существовавшего предприятия | Такой способ реорганизации в последние годы является самым распространенным. Его применяли на всех предприятиях, которые проходили процедуры корпоратизации и приватизации |

С другой стороны, реструктуризация может быть результатом изменений в экономике (прежде всего отношений собственности), проводимых быстро и комплексно. При этом поиск окончательных эффективных собственников осуществляется рынком капиталов.

Потенциальные инвесторы самостоятельно формируют на фондовых рынках пакеты акций интересующих их приватизированных компаний либо участвуют в конкурсах по продаже таких акций и выполняют соответствующие инвестиционные и социальные условия (например, вложить в реструктуризацию определенную сумму средств, создать определенное количество рабочих мест и т.п.).

Заметим, что в ходе рыночных реформ в странах с переходной экономикой обычно используются оба этих вида реструктуризации.

5. В ходе развития различных школ менеджмента можно отметить три метода реструктуризации:

- в период распространения классических школ менеджмента были созданы методы реструктуризации первого уровня, направленные преимущественно на совершенствование внутренней среды организации, повышение эффективности производственного процесса;
- в процессе развития системного подхода к управлению организацией были получены результаты, которые позволили создать методы реструктуризации предприятий второго уровня, связанные с адаптацией организации к изменяющимся условиям внешней среды;
- реинжиниринг бизнеса является третьим уровнем методов реструктуризации предприятий, напрямую выходящих на биз-

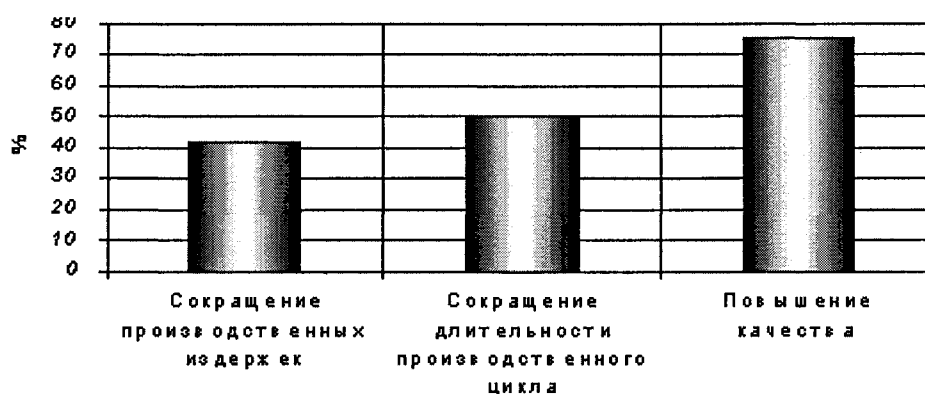
нес-процессы и требующих преодоления рамок функционального построения подразделений организации.

Первые два метода, по сути, реализуют реструктуризацию развития, а третий – реинжиниринг. Целью реинжинирингового подхода является [2, 4]:

- получение оптимальной системы управления, нацеленной на достижение определенной иерархии целей;
- получение нового или добавленного качества в каждом элементарном процессе в отдельности и, в конечном итоге, во всей системе в целом;
- оптимизация процессов принятия решений с целью достижения максимальной гибкости и настраиваемости системы в непрерывно меняющейся окружающей среде.

Результативность методик реинжиниринга бизнес-процессов быстро растет. По мнению многих исследователей, они уже заняли и будут занимать весомые позиции в современном менеджменте. На рисунке в качестве примера отображены результаты реинжинирингового проекта в одной из ведущих страховых компаний США (корпорации «SIGNA») в части сокращения производственных издержек и длительности производственного цикла, повышения качества. При этом за первые пять лет перестройки бизнеса (1989–1993 гг.) в компании осуществлено более 20 инициатив по реинжинирингу, суммарный экономический эффект от которых превысил 100 млн долл. [4].

6. В научной литературе выделяют два направления реструктуризации – внутреннее и внешнее. Первое включает структурно-функциональные изменения внутри предпри-



Результаты проведения реинжиниринга бизнес-процессов в корпорации «SIGNA»

ятия, а также финансовое реструктурирование, используя в основном методы первого уровня. Внешнее направление реструктуризации строится на использовании методов организационного реструктурирования, таких, как слияние, присоединение, разукрупнение, ликвидация отдельных подразделений и т. п. Другими словами, внешнее направление реструктуризации предполагает реорганизацию предприятия.

Разработанная классификация позволит, на наш взгляд, более системно подойти к исследованию проблемы реструктуризации и расширит представление о ее видах.

Литература

1. Биван, А.А. Факторы реструктуризации предприятий в переходных экономиках / А.А. Биван, С. Эстрин, Е.С. Шафер // *Экономический журнал ВШЭ*. – 2002. – № 1. – С. 3.

2. Ван, Хорн. Основы финансового менеджмента / Ван Хорн, Джеймс К. Вахович, мл., Джон М.; пер. с англ. – 11-е издание – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 823 с.

3. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник / О.С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2004. – 296 с.

4. Гохан, Патрик А. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний / Патрик А. Гохан; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 27 с.

ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ В ПЕРИОД 1991–2006 гг.

Е.В. Гвоздецкая

*УрГУ им. А.М. Горького,
г. Екатеринбург*

На современном этапе социально-экономического развития Российской Федерации особое значение приобретает квалифицированный анализ макроэкономических показателей и параметров, характеризующих экономику страны в целом, основные тенденции её развития и условия экономического роста.

Модели макроэкономической динамики представляют собой важный инструмент и средство, имеющее не только концептуальное и методологическое, но и практическое значение при решении актуальных проблем народного хозяйства. Построение и анализ моделей макроэкономической динамики в условиях переходной экономики позволяет определить возможные темпы экономического развития, взаимодействие основных факторов в процессах производства, влияние научно-технического прогресса, мировой экономики и иных факторов на динамику производства, а также многое другое. Это обуславливает особую актуальность анализа теории и моделей макроэкономической динамики, выводы и положения которого можно было бы использовать на практике с целью определения и коррекции концепции развития российской экономики.

При изучении вопросов изменения макроэкономических показателей, таких как реальный объем национального продукта (ВНП), валового внутреннего продукта (ВВП), национальный доход (НД) на душу населения, широко используется понятие макроэкономической динамики, которое представляет собой одну из важнейших характеристик общественного производства при любых хозяйственных системах.

Макроэкономическая динамика – это долговременное устойчивое увеличение или уменьшение масштабов экономики, т. е. увеличение или уменьшение объемов созданных за определенный период товаров и услуг. Мерой макроэкономической динамики выступает темп изменения (прироста или уменьшения) национального дохода, ВНП, ВВП либо одного из этих показателей [6].

Теория макроэкономической динамики развивалась в трех направлениях: отдельно

изучались экономические циклы, экономический рост и кризисы. В последнее десятилетие особую популярность приобрела теория финансовых кризисов. Современные теории базируются на различных принципах и механизмах, объясняющих функционирование экономических систем, однако опираются на единые факторы, порождающие экономические колебания, рост и кризисы. Основоположниками общей теории цикличности экономических процессов являются Н.Д. Кондратьев [3], Дж. М. Кейнс [4]. Значительный вклад в постановку, осмысление и разработку проблемы долгосрочного экономического роста внесли зарубежные исследователи: Е. Домар, Р. Харрод, П. Ромер [8]. Проблемы кризисов, особенностей и последствий формирования новой финансовой архитектуры подробно были рассмотрены П. Кругманом [7].

Параллельно с развитием теорий, а также математических методов появлялись различные модели, позволяющие описывать динамику макроэкономических процессов. Проведенный анализ теорий экономических циклов, экономического роста и кризисов, позволил классифицировать модели макроэкономической динамики по описываемым процессам и по методу построения. Подробная схема представлена на рис. 1.

Если обратить внимание на возможности использования моделей для описания российской макроэкономической динамики в период 1991–2006 гг., можно сделать вывод о возможности использования моделей кризисов на данных периода 1994–1998 гг., монетарные модели циклов, если брать за базовый период 1998 год и модели роста, основанные на производственных функциях. Однако следует иметь в виду, что при использовании этих моделей не всегда будут выполняться некоторые предпосылки, что обусловлено переходными процессами в экономике в период 1991–2006 гг. Именно вследствие переходного процесса в российской экономике, который продолжается по сей день, несмотря на признание странами ЕС и США России страной с развивающейся, а не трансформационной

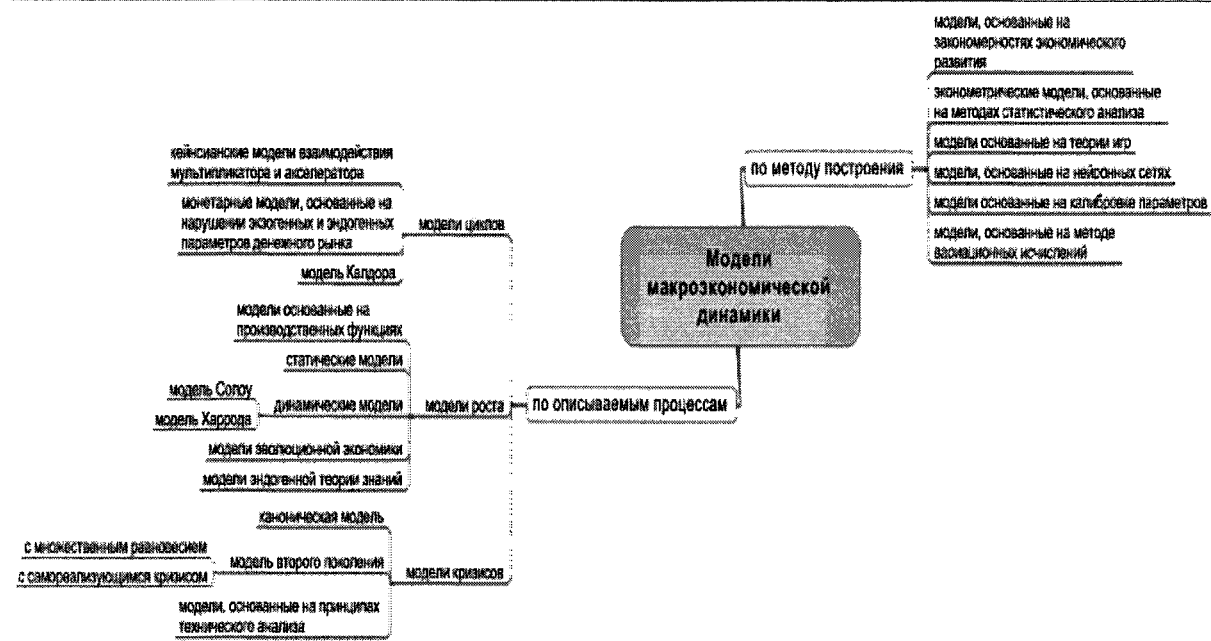


Рис. 1. Классификация моделей макроэкономической динамики

экономикой, использование моделей, основанных на закономерностях экономического развития, представляется весьма затруднительным. Наиболее подходящие модели для применения будут построены на методах статистического анализа: эконометрические модели, модели, основанные на нейронных сетях или на калибровке параметров [4].

Основным принципом моделирования макроэкономической динамики в условиях переходной экономики является нахождение определенных зависимостей, описывающих особенности экономики в данный период. Совокупность таких зависимостей составляет взаимозависимую систему [1].

Весь процесс подобного моделирования состоит из нескольких этапов:

- определение круга показателей, которые позволяют записать в агрегированном виде схему расширенного воспроизводства;
- исследование и выявление основных взаимосвязей макроэкономических показателей и отражение в модели механизма воздействия показателей друг на друга через систему прямых, опосредованных и обратных связей;
- построение системы уравнений, определение их входов и выходов, а также разработка методов вычисления исследуемых показателей на основе модели для различных периодов времени;
 - выполнение экспериментальных расчетов;
 - экономико-математическое и статистическое обоснование результатов;

- анализ результатов расчетов на основе построенной модели, определение задач планирования и прогнозирования.

Исторический анализ процессов, происходящих в России в период с 1991 по 2006 годы, позволил не только сформировать предпосылки модели макроэкономической динамики, но и выделить особенности перехода российской экономики от командно-административной к рыночной системе, а также определить показатели, формирующие макроэкономику. Для характеристики и описания процессов в экономике России, а также для разработки модели, описывающей макроэкономическую динамику, необходимо использовать показатели, которые можно объединить в две группы: экономические и институциональные.

Первая группа включает в себя либерализацию, демонополизацию, приватизацию, а также макроэкономическую стабилизацию. Вторая – дерегулирование и создание институтов [5]. Среди экономических мы особо выделяем следующие показатели: индекс потребительских цен, совокупные доходы населения, конечное потребление, государственные социальные расходы, инвестиции в основной капитал, экспорт, импорт, курс доллара США, цена на нефть, обслуживание государственного долга, средневзвешенные тарифы на экспорт, прямые иностранные инвестиции. Институциональные показатели крайне сложно оценить по какому-то контрентному показателю.

лю, для косвенной оценки используется динамика ВВП. При этом для переходной экономики зависимость прямая, т. е. чем выше реальный ВВП, тем более развиты институты, рыночная инфраструктура. Кроме того, институциональные факторы влияют на показатели, перечисленные выше среди экономических факторов.

Предлагаемая нами модель экономики России учитывает специфику переходных процессов в экономике и предназначена для построения краткосрочных (на 2–4 квартала вперед) макроэкономических прогнозов. Акценты в модели сделаны на исследовании (в краткосрочной перспективе) зависимости экономической динамики от мировых цен на нефть, от графика выплат по внешнему долгу и от размеров государственных социальных расходов. Модель представлена в виде системы одновременных уравнений и идентифицирована на квартальных макроэкономических данных. Модель имеет две стороны – реальную производственную и номинальную доходную (рис. 2). Производство и распределение продукции вычисляются в постоянных ценах, доходы и их перераспределение – в текущих.

Определение набора предопределенных переменных для каждой эндогенной переменной осуществлялось с использованием анализа значений коэффициентов детерминации и значений *t*-статистик в соответствующих уравнениях регрессии.

Дадим описание основных блоков модели. Блок производства и распределения продукции

Объем произведенного ВВП

$$Y = C(10) + C(11) \cdot I(-4) + C(12) \cdot IX(-4) + C(13) \cdot D(E) + C(14) \cdot Y(-1) + C(15) \cdot GD(-2) + \varepsilon_1,$$

где $C(i, j)$ – параметры модели; ε_1 – ошибка;

Y – объем произведенного ВВП; I – инвестиции в основной капитал; IX – прямые иностранные инвестиции; $D(E)$ – первая разность временного ряда курса доллара США; GD – обслуживание государственного долга.

Экспорт

$$X = C(20) + C(21) \cdot E + C(22) \cdot TR + C(23) \cdot O(-1) + C(24) \cdot Y(-1) + C(25) \cdot X(-1) + \varepsilon_2,$$

где $C(i, j)$ – параметры модели; ε_2 – ошибка; X – экспорт товаров; E – курс доллара США; TR – средневзвешенные тарифы на экспорт; O – цена на нефть; Y – объем произведенного ВВП.

Импорт

$$M = C(30) + C(31) \cdot P + C(32) \cdot Y + C(33) \cdot M(-1) + C(34) \cdot X + \varepsilon_3,$$

где $C(i, j)$ – параметры модели; ε_3 – ошибка; M – импорт товаров; P – индекс потребительских цен; Y – объем произведенного ВВП; X – экспорт товаров.

Конечное потребление

$$CO = C(40) + C(41) \cdot P + C(42) \cdot Y + C(43) \cdot M + C(44) \cdot N + C(45) \cdot CO(-1) + \varepsilon_4,$$

где $C(i, j)$ – параметры модели; ε_4 – ошибка; CO – конечное потребление; P – индекс потребительских цен; Y – объем произведенного ВВП; M – импорт товаров; N – совокупные доходы населения.

Блок цен и доходов

Индекс потребительских цен

$$P = C(50) + C(51) \cdot E(-1) + C(52) \cdot O(-1) + C(53) \cdot M2 + \varepsilon_5,$$

где $C(i, j)$ – параметры модели; ε_5 – ошибка; P – индекс потребительских цен; E – курс доллара США; O – цена на нефть; $M2$ – денежное предложение $M2$.

Совокупные доходы населения

$$N = C(60) + C(61) \cdot Y + C(62) \cdot N(-1) + C(63) \cdot GT + \varepsilon_6,$$

где $C(i, j)$ – параметры модели; N – совокуп-

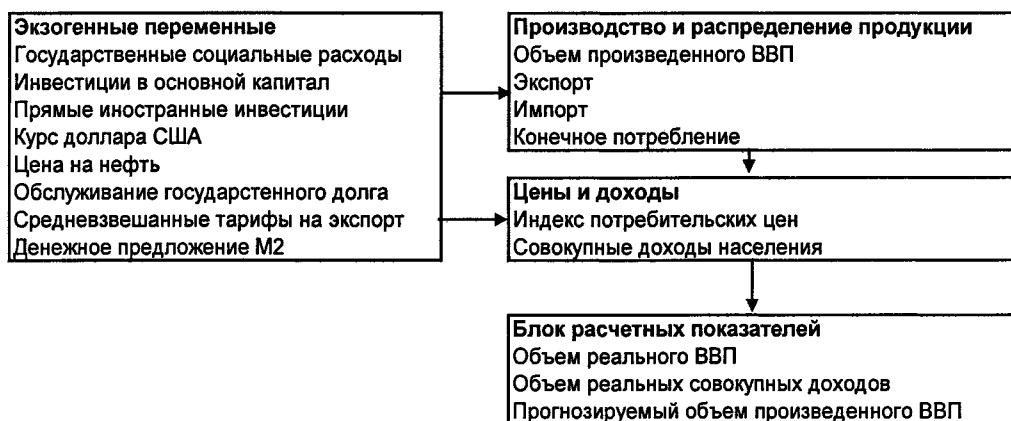


Рис. 2. Схема модели макроэкономической динамики России

Экономическая теория и мировая экономика

ные доходы населения; Y – объем произведенного ВВП; GT – государственные социальные расходы.

Модель макроэкономической динамики России представлена в виде системы одновременных уравнений:

$$\begin{cases} Y=C(10)+C(11)\cdot I(-4)+C(12)\cdot IX(-4)+ \\ C(13)\cdot D(E)+C(14)\cdot Y(-1)+C(15)\cdot GD(-2)+\varepsilon_1; \\ X=C(20)+C(21)\cdot E+C(22)\cdot TR+ \\ +C(23)\cdot O(-1)+C(24)\cdot Y(-1)+C(25)\cdot X(-1)+\varepsilon_2; \\ M=C(30)+C(31)\cdot P+C(32)\cdot Y+ \\ +C(33)\cdot M(-1)+C(34)\cdot X+\varepsilon_3; \\ CO=C(40)+C(41)\cdot P+C(42)\cdot Y+C(43)\cdot M+ \\ +C(44)\cdot N+C(45)\cdot CO(-1)+\varepsilon_4; \\ P=C(50)+C(51)\cdot E(-1)+ \\ +C(52)\cdot O(-1)+C(53)\cdot M2+\varepsilon_5; \\ N=C(60)+C(61)\cdot Y+C(62)\cdot N(-1)+ \\ +C(63)\cdot GT+\varepsilon_6. \end{cases}$$

Представленная модель была идентифицирована на квартальных макроэкономических данных, начиная с 4-го квартала 1994 г. (расчет квартальных показателей ВВП в России ведется только с 1994 года), взятых из официальных статистических источников Государственного комитета по статистике.

Расчеты были произведены с помощью программных средств EVews.3 и представлены в таблице. Объясняющая способность уравнений, входящих в модель, довольно высока и колеблется от 81 до 99 %. Большая часть коэффициентов переменных значима. Тест Дарбина–Уотсона показывает, что автокорреляции в модели нет, таким образом, выполняется предпосылка метода наименьших квадратов о случайности колебаний в остатках.

Модель макроэкономической динамики с расчетными коэффициентами:

$$\begin{cases} Y=207,8830658+2,422219987\cdot I(-4)+ \\ +0,04998316395\cdot IX(-4)-14,53156433\cdot DE+ \\ +0,6680463479\cdot Y(-1)-0,5650533227\cdot GD(-2); \\ X=18,79447226-0,4606190297\cdot E+ \\ +0,03206811421\cdot TR+0,4630180264\cdot O(-1)+ \\ +0,004210498885\cdot Y(-1)-0,01519071576\cdot X(-1); \\ M=-26,08917146+0,2601579461\cdot P+ \\ +0,005307654067\cdot Y-0,1771775295\cdot M(-1)+ \\ +0,1121062229\cdot X; \\ CO=-440,4958678+4,549293773\cdot P+ \\ +0,1988095872\cdot Y-10,1199407\cdot M+ \\ +0,1557155614\cdot N+0,1635817156\cdot CO(-1); \\ P=129,7353285-0,8139977297\cdot E(-1)- \\ -0,113360682\cdot O(-1)+0,0003392032436\cdot M2; \\ N=-3,487968146+1,015294167\cdot Y+ \\ +0,1988095872\cdot N(-1)+0,9387766204\cdot GT. \end{cases}$$

Идентификация модели макроэкономической динамики России 1994–2006 гг.

Метод оценки: метод наименьших квадратов

Данные за период: 1994:4 2006:2

Количество наблюдений: 47

Общее количество наблюдений: 271

| | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|-------|-------------|------------|-------------|--------|
| C(10) | 207,8831 | 101,9875 | 2,038319 | 0,0432 |
| C(11) | 2,422220 | 0,359432 | 6,739023 | 0,0000 |
| C(12) | 0,049983 | 0,027854 | 1,794493 | 0,0747 |
| C(13) | -14,53156 | 20,67185 | -0,702964 | 0,0831 |
| C(14) | 0,668046 | 0,069659 | 9,590281 | 0,0000 |
| C(15) | -0,565053 | 1,480973 | -0,381542 | 0,0033 |
| C(20) | 18,79447 | 523,4232 | 0,035907 | 0,0014 |
| C(21) | -0,460619 | 19,00923 | -0,024231 | 0,9807 |
| C(22) | 0,032068 | 1,082334 | 0,029629 | 0,0764 |
| C(23) | 0,463018 | 12,25040 | 0,037796 | 0,0399 |
| C(24) | 0,004210 | 0,127509 | 0,033021 | 0,0037 |
| C(25) | -0,015191 | 17,99978 | -0,000844 | 0,0093 |
| C(30) | -26,08917 | 1294,213 | -0,020158 | 0,0039 |
| C(31) | 0,260158 | 12,27973 | 0,021186 | 0,0031 |
| C(32) | 0,005308 | 0,131601 | 0,040331 | 0,0079 |
| C(33) | -0,177178 | 16,31975 | -0,010857 | 0,9014 |
| C(34) | 0,112106 | 9,437494 | 0,011879 | 0,0005 |
| C(40) | -440,4959 | 984,8442 | -0,447275 | 0,0053 |
| C(41) | 4,549294 | 9,333395 | 0,487421 | 0,0066 |
| C(42) | 0,198810 | 0,053160 | 3,739810 | 0,0003 |
| C(43) | -10,11994 | 27,15851 | -0,372625 | 0,7099 |
| C(44) | 0,155716 | 0,115355 | 1,349877 | 0,1790 |
| C(45) | 0,163582 | 0,199077 | 0,821702 | 0,0125 |
| C(50) | 129,7353 | 209,2894 | 0,619885 | 0,0000 |
| C(51) | -0,813998 | 7,492633 | -0,108640 | 0,0136 |
| C(52) | -0,113361 | 7,067453 | -0,016040 | 0,0072 |
| C(53) | 0,000339 | 0,048906 | 0,006936 | 0,0445 |
| C(60) | -3,487968 | 70,97120 | -0,049146 | 0,0609 |
| C(61) | 1,015294 | 0,099737 | 10,17967 | 0,0000 |
| C(63) | 0,938777 | 0,194168 | 4,834878 | 0,0000 |

Исходя из построенной модели, сформируем прогноз на 2007–2008 гг. Для разработки прогноза макроэкономической динамики необходимо определение параметров условий развития, прогноза экзогенных переменных, входящих в состав модели. Некоторые показатели были спрогнозированы с помощью авторегрессионных схем, базирующихся на значении в будущей временной точке от его значения в предшествующей, равностоящей от нее. Однако по некоторым показателям существует аналитика и прогнозные значения на необходимый период.

К показателям, которые были спрогнозированы посредством авторегрессионных схем, относятся следующие: государственные социальные расходы, инвестиции в основной капитал, иностранные прямые инвестиции, курс доллара США, средневзвешенные тарифы на экспорт, денежное предложение $M2$. По пока-

зателям «цена на нефть» и «обслуживание госдолга» существует аналитика, по которой были построены прогнозные значения.

Цена на нефть. В 2007 и 2008 годах прогнозируется понижение уровня цен на нефть марки Urals 55 и 45 долларов за баррель, соответственно. Такой прогноз дают международные агентства и организаций, специализирующихся на мониторинге и прогнозе мировых цен на нефть (КЭРА, Международный валютный фонд, Управление энергетической информации США, а также Всемирный банк и другие). Для составления квартального прогноза предполагается, что снижение идет одинаковыми темпами.

Обслуживание госдолга. Планы на 2007 год – 473,088 млрд рублей, 2008 год – 454,643 млрд рублей, по данным Минфина России из доклада «Об основных направлениях политики Правительства Российской Федерации в сфере государственного долга на 2006–2008 годы и комплексе мер по ее реализации», который определял приоритеты в сфере государственных внутренних и внешних заимствований на среднесрочную перспективу. При разделении этих сумм на кварталы был использован принцип, используемый в текущих выплатах – в первый и третий квартал 75 % от общей суммы за год года, за второй и четвертый – 25 %.

На рис. 3 представлен прогноз номинального ВВП на 2007 и 2008 годы (YF) и представлена динамика фактического ВВП (Y). В реальном выражении темп роста ВВП в 2007 г. 6 % и в 2008 г. – 11 % в год, с учетом прогнозируемого темпа инфляции 8,6 % и 6,5 %, соответственно.

Таким образом, предложенная эконометрическая модель макроэкономической динамики прогнозирует рост российской экономики на 2007 и 2008 гг.

Необходимо подчеркнуть, что краткосрочность прогноза обусловлена использованием авторегрессионного метода прогнозирования экзогенных переменных модели. В том случае, когда используются иные методы про-

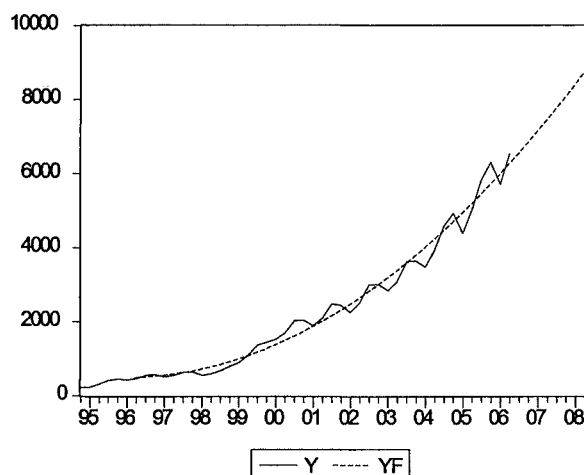


Рис. 3. Динамика фактического и прогнозируемого номинального ВВП

гнозирования, более глубоко учитывающие специфику динамики экзогенных переменных, можно добиться прогнозов на более длительный период до трех лет.

Литература

1. Замков, О.О. Математические методы в экономике / О.О. Замков, А.В. Толстомятенко, Ю.Н. Черемных. – М.: ДИС, 1998. – С. 158–160.
2. Кейнс, Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. М. Кейнс // Антология экономической классики. – М., 1995. – Т. 2. – С. 160.
3. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики. – М., 1989. – С. 197–208.
4. Макаров, В.Л. Эконометрическая модель экономики России для целей краткосрочного прогноза и сценарного анализа (препринт № WP/2001/121) / В.Л. Макаров, С.А. Айвазян, С.В. Борисова, Э.А. Лакалин. – М.: ЦЭМИ РАН, 2001.
5. Мельянцева, В.А. Восток и Запад во втором тысячелетии: уровни, темпы и факторы экономического развития / В.А. Мельянцева // Восток. – 1991. – № 6. – С. 68.
6. Шараев, Ю. Теория экономического роста / Ю. Шараев. – М.: ГУВШЭ, 2006. – 254 с.
7. Krugman P. (1993) *Currencies and Crises*. – London. – P. 61–63.
8. *The Theory of Economic Growth: a «Classical» Perspective*. Edited by Neri Salvadori, Edward Elgar Publishing. – 2003. – P. 212.

ФОРМАЛИЗАЦИЯ РОЛИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В.Г. Костенкова

*Удмуртский государственный университет,
г. Ижевск*

Экономическая теория трактует *розничную торговлю* как предпринимательскую деятельность, связанную с продажей товаров и услуг конечным потребителям для личного, домашнего и семейного использования; завершающую часть канала сбыта [1, с. 15] Изготовители, оптовики и фирмы-импортеры могут выступать в качестве розничных продавцов в той части их деятельности, которая связана со сбытом ими продуктов (услуг) непосредственно конечным потребителям.

По этимологическому признаку розничная торговля происходит от русского глагола «рознить», т. е. разделять, отделять одно от другого, части от целого [2, с. 36], что одинаково и в рыночной, и в плановой экономике означает продажу товаров непосредственно населению и предприятиям для личного потребления.

Р. Маркин дает следующее определение: «Розничная торговля по самой сути своей есть деятельность в сфере обмена (потребительскими товарами и услугами). Необходимое звено системы распределения – розница продвигает товары от изготовителя до конечного потребителя. Розничная продажа – это акт обмена, выгодный для обеих участвующих в нем сторон. Потребитель при этом обмене стремится получить необходимые товары и услуги, а розничный торговец – прибыль» [3, с. 11].

Такой взаимопользительный обмен в современном толковании называется трансакцией, которой Ф. Котлер дает следующее определение: «Трансакция – есть обмен ценностями между двумя и более сторонами (участие по крайней мере двух обладающих ценностью товаров (услуг)), устраивающие контрагентов условия соглашения, а также подходящее время и место обмена» [3, с. 58].

Предприятия розничной торговли имеют принципиальные отличия от производителей и предприятий оптовой торговли, что влияет на специфику управления их конкурентоспособностью за счет смещения приоритетов и акцентов в таких основных направлениях деятельности, как исследование потребителей; сегментирование и выбор потребителей и географических рынков; позиционирование компании;

формирование ассортимента; управление каналами распределения; установление эффективного взаимодействия с потребителями.

Динамика оборота розничной торговли России, составленная на основе данных Госкомстата России, представлена в табл. 1 [4, с. 92] и на рис. 1 [4, с. 93].

Данные табл. 1 показывают, что оборот розничной торговли России в мае 2007 года составил 834,9 млрд руб., что в товарной массе на 14,6 % больше, чем за соответствующий период предыдущего года. В целом за период январь–май 2007 года оборот розничной торговли России составил 3885,1 млрд руб., что на 14,0 % больше показателя за соответствующий период 2006 года.

Динамика оборота розничной торговли, отображенная на рис. 1 отчетливо показывает, что, если не учитывать сезонность спроса, размер оборота розничной торговли имеет устойчивую тенденцию к увеличению. В январе 2005 г. оборот розничной торговли составил 98 % к среднемесячному значению 2004 г. по номинальному значению и 105 % с исключением влияния сезонного фактора. В мае 2007 г. данные показатели составили 142 % и 145 % соответственно.

Для раскрытия сущности розничной торговли следует определить роль розничной торговли в общественном воспроизводстве и национальной экономике.

Смысл процесса общественного воспроизводства заключен в построении элементарных процессов в многочисленных взаимодействующих производственных ячейках (их называют производственными единицами). Совокупные результаты элементарных процессов выражаются в агрегированных показателях (макропоказателях) экономического развития. Они же измеряются экономической статистикой. Выводятся макропоказатели и соотношения между ними на основании исходных микроописаний элементарных процессов, на основании этих выводов разрабатываются методы агрегирования. При этом выясняются области применимости микроописаний, появится возможность рассматривать производство как непрерывно возоб-

Таблица 1

Динамика оборота розничной торговли России

| Период | Оборот розничной торговли, млрд руб. | В процентах | |
|--------------------|--------------------------------------|---|-----------------------|
| | | к соответствующему периоду предыдущего года | к предыдущему периоду |
| 2006 г. | | | |
| Январь | 593,0 | 111,2 | 76,0 |
| Февраль | 598,1 | 110,5 | 99,3 |
| Март | 661,3 | 111,8 | 109,8 |
| I квартал | 1852,4 | 111,1 | 87,3 |
| Апрель | 677,1 | 111,9 | 102,1 |
| Май | 687,3 | 113,0 | 101,1 |
| Январь–май | 3216,8 | 111,6 | – |
| Июнь | 698,7 | 115,3 | 101,5 |
| II квартал | 2063,1 | 113,3 | 109,6 |
| I полугодие | 3915,5 | 112,3 | – |
| Июль | 724,1 | 115,5 | 103,1 |
| Августа | 749,9 | 115,3 | 103,1 |
| Сентябрь | 758,1 | 114,3 | 100,8 |
| III квартал | 2232,1 | 115,0 | 107,0 |
| Октябрь | 791,4 | 115,2 | 104,1 |
| Ноябрь | 796,8 | 114,6 | 100,1 |
| Декабрь | 954,5 | 115,4 | 119,1 |
| IV квартал | 2542,7 | 115,0 | 112,5 |
| Год | 8690,3 | 113,9 | – |
| 2007 г. | | | |
| Январь | 720,6 | 113,9 | 75,0 |
| Февраль | 721,4 | 114,2 | 99,6 |
| Март | 793,9 | 113,8 | 109,5 |
| I квартал | 2235,9 | 113,9 | 86,4 |
| Апрель | 814,3 | 113,7 | 102,0 |
| Май | 834,9 | 114,6 | 101,9 |
| Январь–май | 3885,1 | 114,0 | – |

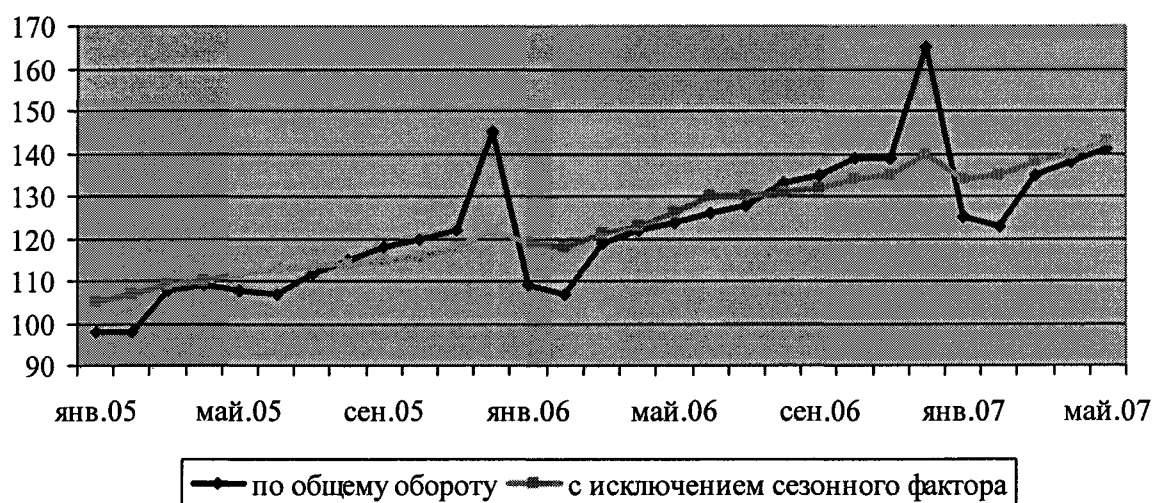


Рис. 1. Динамика оборота розничной торговли (в % к среднемесячному значению 2004 г.)

новляемый процесс, который включает в себя распределение, обмен и потребление произведенных благ и услуг [3, с. 12]

Розничная торговля – главный субъект товарного обращения и основа общественного распределения товаров. Розничные предприятия формируют необходимый товарный ассортимент в соответствии с требованиями локального рынка. Рыночная торговля играет активную роль организатора рынка, так как непосредственно связана и с производителем, и с потребителем.

Именно розничная торговля имеет реальную информацию о спросе и предложении на локальном рынке, ей наиболее ярко видны тенденции в их развитии, а значит, имеется реальная возможность оценить конъюнктуру рынка, сформировать товарное предложение в соответствии с соответствующим объемом и структурой спроса.

На рис. 2 [2, с. 36] построены элементарные процессы, определяющие место розничной торговли в общественном воспроизводстве.

На рис. 2 можно увидеть, что розничная торговля принимает участие в 2 фазах общественного воспроизводства – распределении и обмене. В финансовом выражении большая часть сделок в экономике относится к коммерческой деятельности организаций друг с другом, т.е. участия розничной торговли в фазе распределения, а если рассматривать в количественном выражении, то розничная торговля составляет основу фазы обмена в

общественном воспроизводстве.

Подытожив все вышеперечисленное, определим, что *целью* розничной торговли является извлечение прибыли путем доведения товаров и услуг от производителей до потребителей. Достижение указанной цели может выполняться единым торговым связующим звеном или может быть разделено на поэтапные звенья и выполняться различными посредствующими торговыми звеньями – посредниками.

Для достижения вышеуказанной цели розничная торговля должна выполнять *следующие задачи*.

- Удовлетворение потребности населения в товарах и услугах.
- Обеспечение бесперебойного снабжения продукцией.
- Обеспечение количественного выравнивания в ходе товарооборота.
- Осуществление перераспределения товаров на различных территориях и между различными группами населения.
- Мониторинг и исследование конъюнктуры, сложившейся на товарном рынке.
- Регулирование производства (предприятия розничной торговли отслеживают изменения в конъюнктуре рынка и непосредственно или косвенно через спрос определяют объемы производства производителей).
- Отбор, сортировка и маркировка товаров при составлении товарного ассортимента.

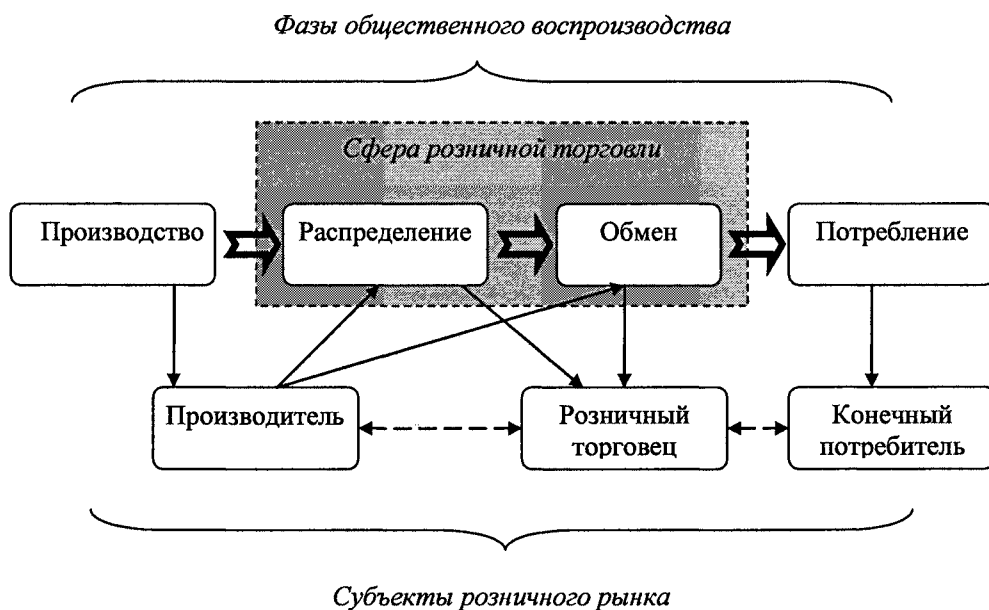


Рис. 2. Участие субъектов розничного рынка в различных фазах общественного воспроизводства

- Участие в ценообразовании на потребительском рынке товаров и услуг путем формирования и регулирования спроса и предложения.

- Оказание поставщикам и потребителям транспортно-эксплуатационных, консультационных, рекламных, информационных и других услуг.

При розничной торговле материальные ресурсы переходят из сферы обращения в сферу коллективного, индивидуального, личного потребления, т.е. становятся собственностью потребителей. Это происходит путем купли-продажи, поскольку потребители приобретают нужные им товары в обмен на свои денежные средства. Здесь создаются стартовые возможности для нового цикла производства и обращения, так как товар превращается в деньги.

Неуклонное возрастание разнообразия потребностей конечных потребителей, общества в целом, возможностей производителей удовлетворять эти потребности, а также нарастающая конкуренция между участниками канала сбыта, обслуживающими конечных пользователей и заставляющая участников канала стремиться к максимальному удовлетворению все более разнообразного спроса потребителей, порождает огромное множество форм и видов розничной торговли.

Основной объем розничной торговли приходится на розничных торговцев. Совокупность розничных торговых предприятий и других торговых единиц, размещенных на определенной территории и объединенных единой товарной и ценовой политикой, представляет собой *розничную торговую сеть* [3, с. 54].

Торговая сеть обеспечивает возможность быстро, удобно, с минимальной затратой сил

и времени приобретать нужные товары и услуги в условиях свободного выбора из широкого и глубокого ассортимента, недалеко от места работы и жилья, в удобном количестве.

Иерархическое построение сбытовой сети определяется числом уровней каналов распределения продукции. Как описывалось ранее, перераспределение товаров от производителя к потребителю может выполняться единым торговым связующим звеном или различными посредствующими торговыми звеньями – посредниками.

Каналы товародвижения – совокупность различных организаций и отдельных лиц (потребителей), связанных с передвижением и обменом товаров [1, с. 26].

В экономической теории, как правило, выделяют 3 вида каналов товародвижения: канал нулевого уровня, одноуровневый и двухуровневый каналы. Каналы названы по числу промежуточных звеньев на пути поставки продукции от производителя к потребителю.

Практика подтверждает неэффективность слишком длинных каналов распределения, которые чреваты необоснованным увеличением торговой наценки, с одной стороны, с другой – розничный торговец должен иметь хорошо развитую сбытовую сеть для более полного охвата потенциальных потребителей. Определение оптимального количества звеньев сбытовой сети – выбор нулевого канала или одноуровневого – одна из первостепенных задач управления конкурентоспособностью предприятий розничной торговли.

По данным Госкомстата России можно сделать ряд выводов о структуре оборота розничной торговли в России (табл. 2 [4, с. 93]).

Таблица 2

Структура оборота розничной торговли по месту торговли

| Наименование показателя | 2006 г. | | | 2007 г. | | | |
|---|-------------------|----------------------|--|---------------------------------|-------------------|----------------------|--|
| | В % к маю 2005 г. | В % к апрелю 2006 г. | Январь–май 2006 г., в % к январю–маю 2005 г. | Значение мая 2007 г., млрд руб. | В % к маю 2006 г. | В % к апрелю 2007 г. | Январь–май 2007 г., в % к январю–маю 2006 г. |
| Всего, в том числе: | 113,0 | 101,1 | 111,6 | 834,9 | 114,6 | 101,9 | 114,0 |
| оборот розничной торговли на розничных рынках | 115,0 | 101,0 | 113,7 | 127,3 | 121,1 | 102,0 | 119,6 |
| оборот розничной торговли вне рынка (стационарно) | 105,6 | 101,5 | 103,9 | 707,6 | 88,0 | 101,2 | 91,4 |

Данные табл. 2 указывают на то, что в мае 2007 г. оборот розничной торговли на 84,7 % формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в стационарной торговой сети (вне рынка), доля рынков составила 15,3 % (в мае 2006 года – соответственно 80,2 и 19,8 %).

Какие же функции выполняет розничная торговля?

Основные 3 группы функций были выделены П. Диксоном: деловые операции, материально-техническое обеспечение и посредничество (рис. 3) [2, с. 17].

Филипп Котлер [2, с. 18] расширил перечень групп функций до 5, добавив формирование ассортимента и массовость.

Выполнение данных функций ведет к возникновению коммерческих потоков между участниками обмена, ведущих в противоположных направлениях. Предприятия розничной торговли принимают участие в формировании этих потоков.

Таким образом, предприятия розничной торговли участвуют в распределении функций и потоков между участниками обмена. Ключевой вопрос при организации торговой розничной сети не в том, должны ли существовать эти функции и потоки, но скорее в том, кто из участников канала будет их выполнять. Можно наблюдать большое разнообразие в

распределении функций не только для разных рынков, но и в пределах одного рынка.

Розничные торговцы зачастую выполняют роль координаторов, воздействующих на соответствующие области производства и сегменты рынка, которые координируют усилия, направленные на повышение уровня удовлетворения потребительского спроса и насыщения рынка потребительскими товарами. Для этого многие розничные торговцы начинают вести деятельность под собственными торговыми марками (частными торговыми марками), т. е. их можно назвать «изготовителями товаров, не имеющих собственных фабрик» [2, с. 32], т. е. розничные торговцы начинают выполнять функции компании-изготовителя.

Важность роли розничных торговцев в экономике обуславливается тем, что посредством их реализуется механизм рыночного саморегулирования. Механизмы рыночного саморегулирования изучали многие как западные, так и российские экономисты. Теория Адама Смита – основа классической школы политэкономии, в своей работе [3, с. 84] он отмечал: «чтобы способствовать росту общественного богатства, надо дать простор инициативе и энергии предпринимателей. Пусть каждый из них стремится к собственной выгоде. При этом «невидимая рука Провидения»



Рис. 3. Функции розничной торговли

(т.е. законы рыночной экономики) направит их», однако само понятие «невидимой руки», регулирующей рыночные процессы без участия государства по сути своей научная абстракция [3, с. 85]. При работе на реальном рынке роль «невидимой руки» должны взять на себя какие-либо институциональные организации, которые берут на себя некую посредническую роль для возможности осуществления механизма удовлетворения потребностей конечных потребителей. Для товарных рынков – это организации – предприятия розничной торговли, которые взяли на себя эту посредническую роль.

Особенно хорошо регулирующая роль предприятий розничной торговли прослежи-

вается на примере локального и регионального распределения товаров.

Литература

1. Концепция создания комплексной торгово-производственной сети Санкт-Петербурга. – СПб., 2001. – 56 с.
2. Материалы третьего Петербургского продовольственного форума «Торговля большого города». – СПб.: Ленэкспо, 2003.
3. Маркин, Р. Управление розничной торговлей / Р. Маркин; пер. с англ. – М.: Экономика, 1980. – 272 с.
4. Социально-экономическое положение России. Январь–май 2007. – М.: Госкомстат, 2007. – 874 с.
5. Шатковская, С.Н. Инновации в развитии розничных торговых сетей / С.Н. Шатковская // Экономика и управление. – 2006. – № 5. – С. 42–45.

ПОВЕДЕНИЕ ФИРМЫ С ПОЗИЦИИ ЭВОЛЮЦИОННОГО ПОДХОДА

О.И. Селлер, Е.В. Иванова

*ООО «Челябинский асфальтный завод»,
г. Челябинск*

Теория фирмы занимает важное место в современной экономической науке. Имеются в виду как ортодоксальная экономическая теория, так и ее альтернативные направления.

Согласно определению Р. Коуза «фирма есть та организация, которая преобразует исходные ресурсы в конечный продукт» [1]. Фирма является основным звеном рыночной экономики, главным экономическим агентом. Эта, по выражению Р. Коуза, «экономическая молекула» влияет на эффективность всей экономической системы. Степень этого влияния в большой мере зависит от того, что происходит внутри фирмы. С другой стороны, внутрифирменные процессы – это реакция на конкуренцию и условия рыночной конъюнктуры, т. е. реакция фирмы на силы, которые находятся вне её контроля. Таким образом, фирма, определяя характер внешней среды, сама зависит от нее. При этом вопрос о степени свободы фирмы и степени ее зависимости от внешней среды является неоднозначным. Насколько внешние экономические параметры предопределены и детерминированы для фирмы и насколько она сама может выбирать свою конкурентную стратегию и тем самым оказывать влияние на рынок – это один из наиболее важных вопросов в области теории фирмы.

В соответствии с классическим подходом фирма рассматривается как независимая, обособленная единица. Ее связь с окружающей средой определена исключительно законами конкуренции и возможностью влиять на рыночную цену. Внутрифирменные процессы не рассматриваются и ограничиваются характеристикой динамики издержек и прибыли. Наиболее важные принципы поведения фирмы в соответствии с классической теорией сводятся к следующим положениям:

- целью любого производителя является максимизация прибыли;
- условием максимизации прибыли является равновесие;
- условием равновесия является равенство предельных издержек и предельного дохода.

На самом деле, в реальной экономике любой из этих принципов реализуется не всегда и не полностью.

Во-первых, максимизация прибыли далеко не всегда является целевой установкой деятельности фирмы. Фирма, как правило, не выстраивает свое поведение, корректируя его в соответствии с этой целью. Тем более в долгосрочном периоде, когда очень большое значение приобретает внешняя среда. В соответствии с ее изменениями задачей фирмы становится устойчивость, а, проще говоря, выживание на рынке.

Поэтому, во-вторых, текущая деятельность фирмы далека от равновесия и представляет собой не статическое состояние, а динамический процесс, связанный с непрерывной изменчивостью не только внутренних, но и внешних параметров.

В-третьих, даже если принять максимизацию прибыли за целевую функцию, ее невозможно достоверно количественно определить, исходя из условия равновесия. Вообще, этот вопрос встает перед предпринимателем только тогда, когда нужно принять решение об изменении объемов, переоснащении, найме или увольнении работников и т. д. В нормальном текущем состоянии такой необходимости просто не возникает. В любом случае подсчет предельных величин на практике весьма проблематичен, так как на величину этих параметров влияет очень много факторов. Это формирует состояние неопределенности, при котором невозможно рассчитать оптимум, даже если он существует [2].

В связи с этим возникает необходимость если не пересмотра, то дополнения традиционной классической теории фирмы в соответствии с новыми методологическими принципами. Одним из таких принципов является использование эволюционного подхода.

Эволюция – это процесс изменения и развития. Вместе с тем, в отличие от революции, это процесс медленного и постепенного развития. Исходя из этого, понятно, что любые динамические модели в той или иной мере представляют процесс эволюции. Однако динамика (от гр. *dinamikos* – относящийся к си-

ле, сильный), хоть и означает состояние движения, ход развития, изменение какого-либо явления, в большей мере характеризуется как количественная категория. «Нельзя не подчеркнуть, что «изменение» означает не просто «динамику», то есть последовательность состояний, которая может допускать перенос во времени качественно неизменной системы. Изменение предполагает именно качественные перемены, которые в историческом процессе подстраиваются и институциональному, технологическому и коммерческому уровням в экономике» [3].

Основоположником эволюционной теории является Ч. Дарвин. Согласно этой теории в основе развития лежит случайная изменчивость, передаваемая по наследству и возникающая из потребностей организма. Она складывается из очень небольших непрерывных отклонений от первоначальной формы. Он выделил три основных фактора эволюции: наследственность (наличие связи между родителями и детьми), изменчивость (в популяции возникают индивидуальные различия), отбор (выживают лишь наиболее приспособленные к условиям окружающей среды особи).

Идеи эволюционизма нашли отражение и в экономической теории. Более того, Ф. Хайек подчеркивал, что именно из экономической теории Дарвин позаимствовал основные идеи об эволюции, т. е. в гуманитарных и общественных дисциплинах идея эволюции возникла раньше, чем в естественных науках. «Даже такие слова, как «генетический» и «генетика», превратившиеся сегодня в специальные биологические термины, вовсе не были изобретены биологами», – отмечал Ф. Хайек [4].

Отцом-основателем эволюционной теории фирмы считается Й. Шумпетер. «Центральным для шумпетерианского видения капиталистической экономики было понятие динамики рыночного процесса. Шумпетер рассматривал рынок как нечто большее, нежели сигнальное устройство для размещения ограниченных ресурсов, которое служит цели гарантировать состояние равновесия. Скорее рынок – это сфера радикальных изменений, которая заставляет фирмы и индивидов осуществлять нововведения, а экономику расти и структурно изменяться» [5]. Шумпетер субъективизировал фирму, определив ее главное лицо – предпринимателя.

В соответствии с эволюционной теорией:

1. Фирма – это живой организм, который представляет собой не «черный ящик», а

сложную систему, во многом аналогичную биологическим системам. Она рассматривается не как механизм, отдельные элементы которого жестко сцеплены друг с другом, а как организм, составные части которого не только функционально дополняют друг друга и тем самым взаимно обуславливают уровень развития друг друга, но эволюционно развивают друг друга, пребывая в процессе непрерывного взаимосовершенствования [6].

Центром этой системы является предприниматель. Именно он задает тон, параметры и ресурсы жизнедеятельности организации, обеспечивая работу ее костно-мышечной (средства производства, рабочая сила) и сердечно-сосудистой (институты, инфраструктура) подсистем. Роль предпринимательской деятельности в обеспечении жизнедеятельности фирмы огромна. Это касается предпринимателей любого типа: и новаторов и консерваторов.

2. Фирма является *динамически развивающейся* системой. «Шумпетерианская конкуренция – это созидательное разрушение, в котором фирмы растут, выживают или умирают. Фирмы, способные осуществлять нововведения и адаптироваться, растут или выживают, а другие оттесняются и устраняются. Таким образом, стремление к сверхприбыли проверяется в конкурентном окружении, которое одновременно представляет собой бесконечный процесс изменений и преобразований» [5].

3. В эволюционном контексте роль фирмы и предпринимателя определена *созданием и продвижением инноваций*. Инновации возникают в ходе научно-технического прогресса, последовательно совершенствуясь и передаваясь по наследству. При этом каждое усовершенствование приводит к многообразию возможных вариантов, обеспечивая изменчивость нововведений. Наконец, конкуренция между инновациями и традициями, между предпринимателями-новаторами и предпринимателями-консерваторами приводит к естественному отбору наиболее перспективных и востребованных со стороны общества нововведений.

4. *Смена технологий – неравновесный процесс* в том смысле, что потребности общества в старых технологиях с течением времени оказываются меньше, чем возможности их производства, а потребности в новых технологиях больше, чем возможности. Именно это обстоятельство приводит к образованию прибыли от нововведений.

Таким образом, изначально эволюционная теория в отличие от неоклассической теории, отчетливо сориентирована на изучение особенностей технологически прогрессирующей экономики.

Однако такой подход делает характеристику поведения фирмы неполной. Далеко не все фирмы и далеко не каждый день занимаются инновациями. Деятельность фирмы во многом характеризуется текущими процессами, каждодневными процедурами и привычками, или, другими словами, рутинами. Это понятие является базисным для эволюционной экономики.

Под рутинной понимается правило поведения, которое «охватывает широкий диапазон различных аспектов деятельности фирм, начиная с вполне конкретных технических методов производства товаров или услуг и далее через процедуры найма и увольнения, заказов нового оборудования или увеличения производства предметов повышенного спроса вплоть до политики в области инвестирования, НИОКР или рекламы и стратегии деловой активности в отношении диверсификации продукта и заграничных инвестиций» [7].

Наличие рутин необходимо, потому что позволяет сберечь усилия экономических субъектов, направленные на выбор способа действий в стандартной ситуации, и уделить больше внимания принципиально новым вызовам.

В эволюционной теории рутины играют роль генов, обеспечивая наследование, изменчивость и естественный отбор. Рутины характеризуют любое (в том числе инновационное) поведение фирмы и поэтому бывают трех типов [7]:

1) рутины, управляющие краткосрочным поведением, определяют операционные характеристики фирмы: объем выпуска, цены на продукцию, ее ассортимент;

2) рутины, управляющие долгосрочным поведением, формируют инвестиционные правила: эффективность инвестиционных проектов, принятие инвестиционных решений;

3) инновационные рутины управляют рутинными более низкого порядка и связаны с внедрением новой технологии, разработкой нового продукта.

Все перечисленные типы рутин обладает общими чертами.

– *Стабильность*. С рутинными связано состояние внутрифирменного перемирия, отно-

сительно удовлетворяющего всех участников; попытка «навести порядок» может обернуться потерей эффективности из-за конфликтов или отвлечения усилий на наведение никому не нужного соответствия букве распоряжений.

– *Предсказуемость*. «В первом приближении можно ожидать, что фирмы в будущем будут вести себя согласно рутинам, принятым ими в прошлом» [7].

– *Структурированность*. Каждая фирма состоит из людей, стереотипы поведения которых, выработанные на основе личного или эволюционного опыта, входят в рутины фирмы.

– *Иерархичность*. Рутины более высокого уровня представляют алгоритмы замены рутин более низкого уровня в случае изменений внешней среды.

– *Согласованность*. Без согласования стереотипов поведения отдельных работников фирмы невозможна выработка стереотипа ее коллективного поведения.

– *Многоуровневость*. Любой из типов рутин предполагает отношения микро-, мезо- и макроуровня. Микротеория концентрирует внимание на поведении и действиях отдельных членов и структурных подразделений организации; мезотеория – на поведении фирмы в отношении других фирм отрасли, макротеория – на отношениях между фирмами и государством.

– *Плюрализм ценностей*. На любом предприятии всегда имеются весьма разнообразные и часто неформальные ценности, которые необходимо иметь в виду при выработке общефирменной поведенческой модели.

– *Воспроизводимость*. Фирма помнит свои рутины, прежде всего, в результате того, что постоянно их повторяет. Если их не повторять, то накопленная информация теряется.

– *Технологичность*. Выполнение рутин соответствует определенным алгоритмам, без которых никакие действия невозможны.

– *Способность к накоплению*. Качество накопленного фирмой человеческого капитала, уровень проводимых исследований и т. д., т. е. качество уже накопленных рутин играет ключевую роль для повышения вероятности правильного решения фирмы.

Если давать общую характеристику рутинному поведению фирмы, ее можно определить как организационный консерватизм, а организационные рутины – как установившийся набор «типичных реакций», связывающих членов организации друг с другом и с

окружением. Пересмотру рутин мешает угроза разрыва налаженных связей фирмы с её поставщиками и клиентами (которые относятся к её активам) и угроза конфликта внутри фирмы, между её различными подразделениями.

В связи с этим рефлексивность (можно было бы сказать способность к обучению) призвана играть ключевую роль в качестве специфической компетенции предприятия. Знанием, которым обладает фирма в целом, не обладает ни один человек внутри фирмы. Только фирма в целом обеспечивает адекватное обучение поступающих новичков благодаря их включению в процесс постоянного взаимодействия. Каждая индивидуальная фирма есть, таким образом, островок технологического знания в широком смысле слова (если говорить не только о технике, но и технологии взаимодействия, реагирования на рынок и т. д.). Поэтому передача рутин между фирмами происходит медленнее, чем передача рутин внутри фирмы.

Именно это создает возможность приобретения и сохранения конкурентных преимуществ фирмы. «Стремление фирм к повышению рефлексивности в организациях, к изменению или улучшению сложившихся внутренних процессов (рутин), необходимо, поскольку жесткая приверженность к устоявшемуся и предопределяемая этим замедленная адаптация к меняющимся условиям, как правило, равнозначны потере конкурентных преимуществ. Предприятия, которые не смогут максимально быстро приспособиться к новым условиям, в долгосрочной перспективе будут уничтожены рыночными силами» [8].

Таким образом, в экономике идёт естественный отбор хозяйствующих объектов на основе более или менее адекватных рутин, отвечающих или не отвечающих интересам выживания фирмы. При этом отбор идёт на основе проявления информации, заложенной в объектах. Механизм отбора аналогичен естественному отбору генотипов при дифференцированном выживании в биологической эволюции. Если рутины фирмы более удачные, то она стабильнее, прибыльность её выше, и она растёт. Если неудачные, то убытки ведут фирму к сокращению и гибели.

Удачность или неудачность тех или иных рутин, таким образом, оценивается, прежде всего, внешними рыночными условиями. Здесь большое значение имеет степень «зрелости» этих условий, или, другими словами,

степень общественной компетенции. Речь идет о восприимчивости общества к определенным прогрессивным изменениям. Особенно актуально это для инновационных производств. Их результаты могут оказаться неэффективными в том случае, если внешняя среда «не доросла» до их применения.

Другим важным условием состоятельности рутин является их экономическая эффективность. Причины стойкости рутин, как считают Нельсон и Уинтер [9], заключаются в том, что они представляют собой своеобразные активы фирмы, на приобретение которых были затрачены определённые инвестиции. Заводить новые рутины достаточно накладно для фирмы и трудно для самих управляющих. В результате фирме, может быть, выгоднее представить себе, например, что никакой инфляции нет, и производить свои плановые расчёты в постоянных ценах, чем нанимать специалистов, которые помогли бы ей сыграть на изменении цен. Поэтому вместо коренного изменения форм поведения фирма до последнего момента будет придерживаться прежних стереотипов. И лишь в случае чрезвычайно интенсивного давления обстоятельств пойдет на упразднение прежней рутины и её замене новой.

Следовательно, согласно эволюционному подходу, фирмы мотивированы к поиску прибыли и постоянно ищут пути ее повышения, но делают это так, чтобы не менять свои стереотипы поведения. Поэтому их действия не соответствуют задаче непосредственной максимизации прибыли. С другой стороны, как писал Д. Норт: «Механизм обеспечения соблюдения правил обычно бывает несовершенным по двум причинам: оценивание стоит слишком дорого, и интересы принципалов и агентов не совпадают. Небесплатность оценивания влечет за собой необходимость сопоставления предельного выигрыша от усиления контроля или надзора с сопутствующим ему приростом издержек». То есть, механизм изменения поведения подвержен маргинальным принципам, но не связан прямо с задачей максимизации прибыли. В данном случае реализуется эволюционный принцип, согласно которому если бесконечно малые изменения признака неэффективны, он развиваться не будет.

Таким образом, если основой многих классических моделей поведения человека и фирмы провозглашалось стремление к максимизации доходов, то в эволюционной тео-

рии вскрывается и другая сторона: стремление к стабильности, к минимизации усилий, особенно по поиску и анализу новых образцов поведения. Эволюция была бы невозможной, если бы состояла только из поиска нового, без закрепления достигнутого. Аналогичным образом законом поведения фирмы является не максимизация прибыли, а выживание и экспансия, сочетающиеся со стремлением к стабильности. Можно с высокой долей вероятности предположить, что при принятии решения фирмой будет выбрано то, которое когда-то было опробовано и дало хороший эффект, будет использована проверенная фирмой рутинка.

Литература

1. Коуз, Р. *Фирма, рынок и право* / Р. Коуз. – М.: Дело ЛТД, 1993. – С. 4.
2. Alchian, A. *Uncertainty, Evolution, and Economic Theory* / A. Alchian // *Journal of Political Economy*. – 1950. – № 3.
3. Витт, У. *Экономическая теория и экономическая история – эволюционный пересмотр* / У. Витт // *Экономический вестник Ростовского государственного университета*. – 2004. – Т. 2, № 3. – С. 10.
4. Хайек, Ф.А. *Пагубная самонадеянность* / Ф.А. Хайек. – М.: Новости, 1992. – С. 46–47.
5. Magnusson, L. *The Neo-Shumpeterian Evolutionary Approach to Economics – An introduction. Evolutionary and Neo-Shumpeterian Approach to Economics*. Boston ets. Kluwer Acad.Publ. – 1993. – P. 3.
6. Нижнегородцев, Р.М. *Эволюционный подход и перспективы развития информационной экономики. Эволюционная экономика и «мэйнстрим»* / Р.М. Нижнегородцев. – М.: Наука, 2000. – 112 с.
7. Нельсон, Р. *Эволюционная теория экономических изменений* / Р. Нельсон, С. Уинтер. – М.: Финстатинформ, 2000. – С. 26.
8. Томас, Бешорнер. *Управление предприятием: ещё один взгляд на стоимостную ориентацию* // *Проблемы теории и практики управления*. – 2001. – № 2.
9. Нельсон, Р. *Эволюционная теория экономических изменений* / Р. Нельсон, С. Уинтер. – М.: Финстатинформ, 2000. – С. 182.
10. Douglass C/North. *Institutions and Economic Growth: An Historical Introduction* // *World Development*. – 1989. – Vol. 17, № 9. – P. 1323.

Региональная экономика

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ЖИЛЬЯ И ЕГО ВЛИЯНИЯ НА РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА И В ЦЕЛОМ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Л.В. Королук

*Удмуртский государственный университет,
г. Ижевск*

Национальная экономика представляет собой сложный механизм, эффективность организации которого оценивается с помощью различных количественных и качественных показателей.

В качестве количественных показателей оценки эффективности национальной экономики можно рассматривать показатели ВВП, ВНП, а также показатель чистого экспорта, т. е. показатель превышения экспорта над импортом, и ряд других показателей. В качестве индикаторов качественного состояния национальной экономики применяются различные показатели, характеризующие социальные аспекты национальной экономики – уровень рождаемости, средняя продолжительность жизни населения, а также показатели обеспеченности жильем населения страны (или отдельно взятых регионов страны).

В качестве важного качественного индикатора уровня развития национальной экономики следует рассценивать состояние рынка жилья, характеризующее эффективность построения системы обеспечения государством социальных нужд населения. Рынок жилья, в свою очередь, представляет собой сложный межотраслевой комплекс, объединяющий в себе предприятия и организации различных отраслей – предприятий промышленности в отрасли производства строительных материалов, строительные предприятия, транспортные предприятия, кредитно-финансовые и иные инвестиционные учреждения.

Современная государственная политика Российской Федерации, направленная на поддержку развития региональных рынков жилья вызвала активизацию деятельности во всех вышеперечисленных отраслях национальной экономики. Однако государственная поддержка по стимулированию развития рынка жилья в регионах не достигла за прошедшее

десятилетие существенных результатов, что объясняется рядом факторов.

Проведенный комплексный анализ позволяет сделать ряд выводов, указывающих на недостаточное развитие промышленного комплекса производства стройматериалов, являющихся основополагающим фактором, сдерживающим развитие рынка жилья в регионах и, как результат, снижающим эффективность мер по стимулированию устойчивого развития национальной экономики России.

Таким образом, через выявление связи по воздействию промышленного комплекса отрасли стройматериалов на развитие регионального рынка жилья можно осуществить моделирование оценки потенциала качественного развития национальной экономики путем достижения синергетического эффекта от активизации деятельности ключевого фактора межотраслевого сегмента национальной экономики.

С целью прогнозирования развития национальной экономики разработка методов оценки и прогнозирования тенденций развития рынка жилья неоднократно предпринималась в отечественной и зарубежной практике. Причем, если зарубежная научная мысль демонстрирует большое количество исследований национальных, региональных и локальных рынков жилья, то отечественные методики применимы именно к региональным рынкам и адаптированы, главным образом, к рынкам крупных населенных пунктов.

Все методики, применяемые к анализу регионального рынка жилья, сложившиеся в научной литературе, по предмету исследования можно разделить на пять групп, которые схематично отображены на рис. 1.

Рассмотрим основные положения каждой из предлагаемых групп методик.



Рис. 1. Классификация подходов к анализу регионального рынка жилья

1. *Методические подходы к анализу закономерностей изменения цен на жилье* включают в себя эконометрические методы анализа факторов, воздействующих на структуру и динамику цен, среди них: метод «средней цены», «повторных продаж», гедонистический и гибридный подходы.

2. В рамках группы методик *оценки и прогнозирования параметров структуры и динамики жилищного строительства* применяется спектр экономических моделей, таких как:

1) модели движения жилищного фонда, исследовавшие предложение на рынке жилья в краткосрочном периоде;

2) модели, устанавливающие взаимосвязь между длительными циклическими колебаниями и спросом на жилье, естественным и механическим движением населения, темпами образования домохозяйств;

3) модель оптимизации структуры жилищного строительства на локальном рынке жилья в условиях риска и неопределенности;

4) модель прогнозирования параметров динамики жилищного строительства, включающая взаимосвязанные блоки прогнозирования демографической динамики в регионе, определения параметров перспективного стандарта жилья, оценки инвестиционного ресурса территории, необходимого для строительства жилья и др.

3. *Исследование процесса приватизации жилищного фонда как составляющей первичного рынка жилья представляет собой анализ*

с применением многофакторной регрессии динамики следующих показателей: количество приватизированных жилых помещений; их структура по изначальному собственнику (ведомство, муниципалитет); структура семей, приватизировавших жилье, по размеру, составу и социальному статусу их членов; структура семей, приватизировавших жилье, в зависимости от его типа и местоположения; оценка средней стоимости жилья в зависимости от его типа и местоположения, структура семей, проживающих в приватизированном и неприватизированном фондах; структура семей, приватизировавших жилье по доходным децильным группам; удельные веса государственного, муниципального и ведомственного жилья в общем объеме жилищного фонда (до начала приватизации) и т.д.

4. *Методики анализа платежеспособного спроса и оценки доступности жилья для населения, в состав которых можно отнести:*

а) анализ индикаторов потребительских предпочтений. В качестве таковых последовательно использовались доходы домохозяйств, относительные цены на жилье, демографические характеристики домохозяйств и т.д.;

б) анализ продолжительности накопления средств, необходимых для приобретения жилья путем комбинирования различных источников;

в) анализ коммерческой и социальной доступности жилья;

г) модель оценки потенциального спроса на жилье и жилищные кредиты. Главными

результатирующими показателями в модели являются максимальная емкость рынка ипотечных жилищных кредитов, а также потенциальный спрос на жилье и ипотечные жилищные кредиты;

д) пространственные модели анализа спроса на жилье.

5. В качестве примеров комплексного анализа структурных элементов жилищного сектора в качестве предпосылок развития национальной экономики можно рассмотреть следующие методики:

а) методику Института экономики города, концепция которой оформлена в виде системы жилищных индикаторов, объединенных в семь групп: качество жилища; жилищное строительство; демографические показатели; жилищные кредиты; рынок жилья; государственные расходы на жилье; индикаторы-регуляторы;

б) модель, основанную на жизненном цикле объекта недвижимости, с учетом основных параметров влияния.

Подробное рассмотрение вышеперечисленных методик позволило автору определить, что самостоятельно ни одна из них не может быть применена для комплексного анализа воздействия промышленного комплекса отрасли стройматериалов на формирование регионального рынка жилья, рассматриваемого в качестве одного из основополагающих элементов и индикаторов состояния национальной экономики.

По мнению автора, наибольшей исследовательской ценностью применительно к анализу регионального рынка жилья обладает

такой методический подход, который предполагает детальный анализ разнонаправленного воздействия и взаимодействия внешних и внутренних факторов на развитие последнего.

Основным показателем, характеризующим развитие рынка жилья, является обеспеченность жильем на душу населения, который, в свою очередь, зависит от объемов строительства жилья и ценообразования на рынке жилья. Важную роль в развитии регионального рынка жилья также играют как доходы граждан (их покупательная способность), так и государственная политика.

В расчете на одного жителя ввод жилья составил 1 кв. метр, что является 8-м показателем из 14 региональных центров в Приволжском федеральном округе [1]. Расчетная средняя стоимость 1 кв. метра жилья по состоянию на 1 августа 2007 года составила 48,6 тыс. руб. (средняя стоимость на первичном и вторичном рынках жилья), что ниже значения показателя в январе 2007 года (49,5 тыс. руб.) [2].

За первое полугодие 2007 года в Ижевске введено в эксплуатацию 193 объекта жилого и нежилого назначения общей площадью 80,0 тыс. кв. м из них сдано около 68,0 тыс. кв. м жилья (754 квартир), что по сравнению с аналогичным периодом прошлого года больше в 4 раза [3]. Динамика объема строительных работ основными по доле рынка строительными организациями в г. Ижевске показана на рис. 2.

Таким образом, можно констатировать, что региональный рынок жилья является сложной системой пересечения множества интересов, в которой взаимодействуют прак-

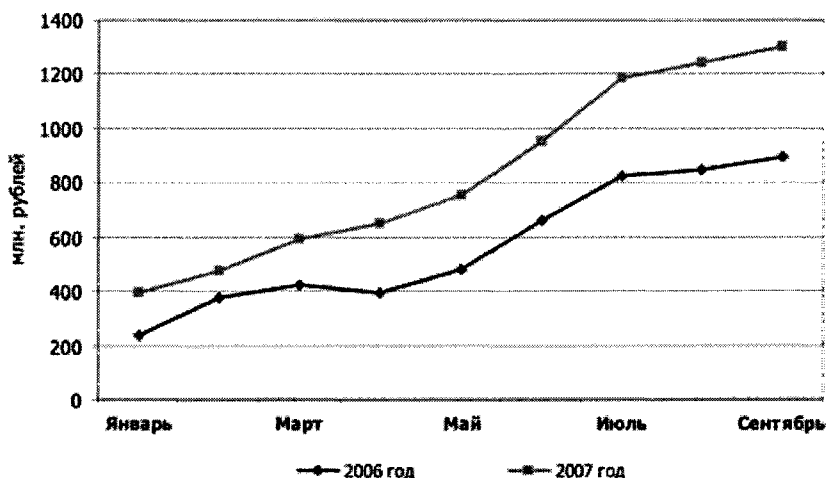


Рис. 2. Динамика объема строительных работ крупными и средними строительными организациями в г. Ижевске [3]

тически все экономические и социальные процессы.

Для выявления резервов оптимизации ценообразования стоимости жилья на региональном рынке рассмотрим, какие факторы влияют на ценообразование рыночной стоимости жилья.

Кроме производственных затрат на строительство жилья строительные компании вынуждены нести различные непроизводственные издержки: передача квартир муниципалитету (например, в Москве введено за норматив передача застройщиками в собственность муниципалитета 20 % построенных квартир [4]), затраты на подготовку инфраструктуры и прочие. Указанные затраты не попадают в статистические данные. Не учитывается в данных статистики и прибыль застройщиков, которая зависит от платежеспособности населения в конкретном регионе.

В экономически развитых регионах, где спрос на жилье высокий, застройщики стремятся извлечь максимальную прибыль, доходящую до 40–50 % от себестоимости, что явно не способствует снижению цен, а в регионах с низким спросом, застройщики довольствуются 4–6 % дохода [5]. Так, например, в Москве доходность рынка строительства многоквартирных жилых домов составляет примерно 30–40 %, а в Санкт-Петербурге – 16–20 % [6].

Следует отметить, что строительная продукция – весьма специфичный товар. Сориентироваться в ценовом разнообразии не так просто даже специалистам. Это объясняется существенными различиями в терминологии: сметная стоимость строительства, себестоимость строительства и стоимость реализации. Сметную стоимость рассчитывают на начальном этапе строительства, чтобы сориентироваться, в какую сумму обойдется застройка. Она складывается из нескольких параметров. Во-первых, затраты подготовительного периода: получение прав на участок, освобождение площадки, снос строений, перенос коммуникаций, в ряде случаев – расселение жильцов дома, предназначенного под снос, получение технических условий для проектирования и т.д.

Во-вторых, издержки на проектно-изыскательские работы для объекта строительства и наружных коммуникаций, благоустройства. Здесь следует отметить, что иногда строителям приходится выполнять сети не только в границах отведенной территории

строительства, но и за ее пределами (внеплощадочные сети). Это связано с техническими условиями обеспечения новой застройки энерго-, тепло- и водоснабжением. Кроме того, при строительстве требуются затраты на проведение экспертизы проектов. В-третьих, затраты на строительные-монтажные работы по возведению объекта строительства, наружных сетей, благоустройства.

Отметим, что жилищное строительство является весьма материалоемким процессом, где стоимость материалов составляет приблизительно 50–60 % от себестоимости строительства [6]. А стоимость строительных материалов, в свою очередь, зависит от цен заводов-производителей и поставщиков строительных материалов. В-четвертых, в стоимости строительства учитываются платежи за услуги государственных согласующих организаций, отчисления на развитие инженерной и социальной инфраструктуры города.

Сметная стоимость в зависимости от источника финансирования рассчитывается разными способами. Основной из них, которого придерживаются большинство заказчиков и подрядчиков, сметно-нормативная база 2001 года. Соответственно, и цены на все ресурсы (материалы, транспорт, зарплата, работа строительной техники и т.п.) определены по ценам того периода. На момент строительства проводится индексация статей затрат. Индексы по нашему региону утверждаются не менее 1 раза в квартал Межведомственной комиссией по ценообразованию в строительстве Правительства УР. Так, например, по состоянию на март 2007 года индексы составляют: по материалам – в 2–5 раз, по транспортным расходам – в 3,5 раза, по зарплате – в 5,52 раза, по строительной технике – в 2,5–4,2 раза [7].

Переходим к следующему термину – себестоимость строительства. Практически, это все те же затраты, что предполагались расчетным путем в сметной стоимости, только полученные фактически по итогам строительства. Разница одна – величина прибыли. Как правило, в структуре сметной стоимости планируемая прибыль не превышает 12 %. Фактический размер «чистой прибыли» у строителей ниже, так как необходимо выплачивать часть налогов, да и себестоимость практически никогда не превышает планируемую.

В таблице приведена средняя структура себестоимости строительства по России за 1 кв. м жилых домов массового спроса (по дан-

ным материалов научно-практической конференции инженеров-сметчиков, декабрь 2006 г.).

Анализ структуры типовой сметы затрат на строительство 1 кв. м жилья массового спроса [7]

| № | Наименование элементов затрат | Доля в структуре, % |
|---|--|---------------------|
| 1 | Получение прав на земельный участок под строительство (приобретение в собственность или в аренду) | 11,5–13,5 |
| 2 | Затраты на проектно-изыскательские и строительные-монтажные работы, в том числе: | 67,8 |
| | 2.1. Проектирование и авторский надзор | 3 |
| | 2.2. Затраты на строительные материалы, изделия и конструкции, в том числе: | 54,11 |
| | – цемент | 6,74 |
| | – металлопрокат (арматура, металлоизделия) | 8,44 |
| | – щебень | 1,26 |
| | – песок строительный | 0,34 |
| | – доля стоимости железобетонных в крупнопанельных и объемно-блочных домах типовых проектов | 37–42 |
| | – доля стоимости монолитного бетона в монолитных домах (без учета армирования) | 8 |
| | – с ограждающими конструкциями из кирпича и блоков | 8,37 |
| | – полномолитных | 12,3 |
| | 2.3. Затраты на заработную плату | 2,83 |
| | 2.4. Затраты на машины и механизмы | 2,16 |
| | 2.5. Накладные расходы | 5,7 |
| 3 | Получение и исполнение технических условий по подключению объекта к сетям инженерной инфраструктуры (в том числе к электросетям) | 4,5 |
| 4 | Платежи за услуги различных согласующих инстанций | 6,5 |
| 5 | Платежи на развитие не связанной со строительством объекта внеплощадочной инфраструктуры или передача части построенного жилья | 8–10 |
| | ИТОГО | 100 |

Как показывают данные таблицы, наибольшая доля затрат приходится на строительные материалы – более 50 % всей стоимо-

сти строительства (по оценкам ряда других экспертов данная доля составляет 55–68 % [8]). Поэтому рост цен на стройматериалы сразу же приводит к росту цен на жилье. За 2004 год стоимость строительства выросла в среднем по России на 16 % (в абсолютном значении) или на 10,7 % с учетом ежемесячного производственно-финансового задела. В этот период стоимость материалов выросла на 17,2 %. В результате производители строительных материалов пошли вслед за строителями и подняли цены [9].

На рынке строительных материалов происходит и монопольное повышение цен на цемент, металлопрокат, нерудные материалы. К примеру, Федеральная антимонопольная служба (ФАС) России недавно возбудила дело в отношении холдинга «Евроцемент групп» по фактам установления монопольных цен на цемент [9].

На прочие управленческие издержки, повлиять на которые может государственное управление, также приходится существенная доля структуры затрат. В частности, затраты за право пользования земельным участком составляют 11,5–13,5 % от стоимости строительства, а платежи за услуги различных государственных согласующих организаций – 6,5 %. Данные платежи идут в различные уровни бюджета, а в конечном итоге переносятся на стоимость жилья. Получается, что государство одной рукой разрабатывает и реализует меры по повышению доступности жилья и ограничению роста цен на жилье, а другой рукой, стремясь «откусить кусок пирога» сверхприбыли застройщиков, через налоги и иные неналоговые сборы способствует росту цен на жилье.

Не будь этих государственных поборов, затраты застройщиков снизились бы примерно на 20 %. Однако это не означает, что рыночные цены на жилье начали бы снижаться, так как в настоящий момент отсутствуют действенные меры ограничения уровня рентабельности деятельности строительных компаний, риелторов и иных посредников на рынке жилья.

Существенный вклад в формирование стоимости жилья вносят затраты на инфраструктуру, которые составляют, согласно данным таблицы, около 12–15 % от стоимости строительства. Большую проблему для застройщиков в настоящее время составляет необходимость обустройства сетей коммуникаций и объектов инфраструктуры, так как

это не свойственная для застройщиков деятельность и, кроме того, за безвозмездную передачу этих объектов муниципалитету также придется платить. Например, при комплексной застройке строительная компания проводит комплексное освоение микрорайона, т.е. строит не только жилые дома, но и школы, детские сады, магазины и больницы. Так как в отличие от магазинов, здания школ, детских садов и больниц у застройщиков никто не купит, для возмещения затрат на строительство данных объектов застройщики закладывают в стоимость 1 кв. м жилья в таком микрорайоне.

Помимо вышеперечисленных более-менее объективных факторов есть также субъективный личностный вклад, его вносят участники рынка жилья. Стоимость реализации жилья формируется рынком в результате взаимодействия спроса и предложения. Естественно, чем выше спрос и меньше предложений, тем цена выше. Поэтому существующее в настоящее время острое преобладание спроса позволяет эффективно спекулировать на региональных рынках жилья.

Все вышеперечисленные факторы не исчерпывают данную тему, так как вопрос ценообразования в строительстве жилья является одним из ключевых в отрасли. В настоящее время развитие рынка регионального рынка жилья возможно, прежде всего, путем внедрения эффективных мероприятий, направленных на сокращение издержек и производственных затрат застройщиков, подрядных организаций и предприятий стройиндустрии.

Результаты проведенного анализа указывают на тесную взаимосвязь промышленного комплекса отрасли по производству строительных материалов с уровнем развития регионального рынка жилья, который, в свою очередь, является индикатором качественного развития национальной экономики.

Литература

1. Грязневич, В. *Рецепт доступности* / В. Грязневич, Е. Зубова // *Эксперт on-line*. – <http://www.expert.ru/printissues/volga/2007>.
2. Лосева, Е. *Цементный голод* / Е. Лосева // *Деловая газета «BUSINESS-CLASS»*. – Ноябрь, 2007. – № 29. – С. 12.
3. Тонкова, А. *Ценовая политика* / А. Тонкова // *Бизнес Удмуртии. Приложение: Строительство & Городское хозяйство. Информационно-аналитический журнал*. – Ноябрь, 2007. – С. 2.
4. Жарская, М. *Город строится!* / М. Жарская // *Развитие. Вестник ФГУП «Ростехинвентаризация»*. – 2007. – №6. – С. 5.
5. Грязневич, В. *Опасные соблазны* / В. Грязневич // *Эксперт Северо-Запад*. – 2006. – № 38. – С. 31–32.
6. Лебедев, В.Г. *Управление затратами на предприятии* / В.Г. Лебедев, Т.Г. Дроздова, В.П. Кустарев. – СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2006. – 352 с.
7. Тюлькина, О. *Сколько стоит построить?* / О. Тюлькина // *Деловой квадрат*. – 2007. – № 2. – С. 46–47.
8. Шпагина, А. *Рынок недвижимости Ижевска: затишье после бури* / А. Шпагина // *Вся недвижимость*. – 2007. – № 12. – С. 43.
9. Тулякова, А. *Надбавка за точность* / А. Тулякова // *Удмуртская Республика. Бизнес-журнал*. – Май, 2007. – № 9. – С. 22.

Экономика и финансы

ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕНТРАЦИИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

И.В. Данилова

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

В.Е. Никонов

ОАО «Балтийский Банк», Челябинский филиал, г. Челябинск

Несмотря на значительные перемены, связанные с трансформационными преобразованиями в отечественной экономике, по-прежнему остается ряд проблем, которые ограничивают развитие страны в целом. К одному из таких слабых звеньев относится и российская банковская система. Как известно, российские банки во многом уступают ведущим мировым финансовым институтам, на сегодняшний день даже крупнейшие российские банки не могут составить конкуренцию многим транснациональным банкам.

Конкурентоспособность любого банка во многом связана с размером располагаемого капитала – чем больше размер банка, тем больше возможности для финансирования, повышения качества предоставляемых услуг, расширения клиентской базы, внедрения новых продуктов. Одним из основных способов увеличения капитализации банковской системы является увеличение капитала банков, в том числе и путем слияний и поглощений. Поэтому исследование банковского сектора, особенно динамики совокупного капитала, структуры активов, дифференциация по отдельным структурным звеньям представляет интерес для формирования стратегии развития банковской системы в целом и разработки рекомендаций по дальнейшему ее укреплению. В этом плане анализ концентрации капитала, оценка типа сложившихся рыночных структур в банковском секторе свидетельствуют о конкурентоспособности и развитости банковской среды и являются одним из способов идентификации проблем в этом секторе.

Определение доли банка на рынке с помощью активов является несколько более показательным, чем с помощью собственного капитала, так как именно активы определяют величину предоставляемых услуг. Однако после ужесточения требований по достаточности собственного капитала невозможно уве-

личить свое рыночное присутствие (увеличить активы, кредитный портфель) без соответствующего роста собственного капитала.

В экономической теории существует несколько показателей уровня концентрации отрасли. В зависимости от целей исследования могут использоваться различные показатели концентрации поставщиков благ и услуг. Такими показателями являются:

– индекс концентрации

$$CR_k = \sum_{i=1}^k Y_i,$$

где Y_i – рыночная доля i -й фирмы; k – число фирм, для которых высчитывается этот показатель;

– индекс Херфиндала–Хиршмана

$$HHI = \sum_{i=1}^n Y_i^2, \quad i=1, \dots, n;$$

где Y_i – рыночная доля i -й фирмы;

– индекс энтропии

$$E = \sum_{i=1}^n Y_i \ln \frac{1}{Y_i}, \quad i=1, \dots, n;$$

где Y_i – рыночная доля i -й фирмы;

– дисперсия

$$S^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (\ln Y_i - \ln Y)^2, \quad i=1, \dots, n;$$

где Y_i – рыночная доля i -й фирмы;

– индекс Линда

$$L = \frac{1}{K(K-1)} \sum_{i=1}^K Q_i,$$

где K – число крупных продавцов (от 2 до N); Q_i – отношение между средней долей рынка i продавцов и $K-i$ продавцов,

$$Q_i = \frac{A_i}{i} \cdot \frac{A_k - A_i}{K - i},$$

где A_i – общая доля рынка, приходящаяся на i продавцов; A_k – доля рынка, приходящаяся на K крупных продавцов;

– индекс Джинни

$$G = \frac{1}{2(n-1)} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n |Y_i - Y_j|,$$

где Y_i – объем производства i -й фирмы; Y_j – объем производства j -й фирмы; n – общее число фирм.

Для оценки достоинств показателя концентрации применяются правила, предложенные такими авторами, как Ханна и Кей¹. Индексы Херфиндаля–Хиршмана и энтропии соответствуют этим правилам, остальные индексы лишь отчасти согласуются с ними. Наиболее показательными являются индексы концентрации и Херфиндаля–Хиршмана.

Недостаточность индекса концентраций для характеристики потенциала рыночной власти фирм объясняется тем, что он не отражает распределения долей как внутри группы крупнейших фирм, так и за ее пределами – между фирмами-аутсайдерами. Для решения этой проблемы в странах Европейского экономического сообщества активно используется индекс Линда², характеризующий соотношение долей крупнейших фирм на рынке. Индекс Линда используется для определения границ олигополии. Индекс Джинни характеризует степень неравномерности распределения долей на рынке, т. е. его значение для двух фирм с одинаковой долей на рынке будет соответствовать значению и для ста фирм, имеющих также одинаковую рыночную долю.

К отрицательным сторонам другого показателя – дисперсии – относится то, что он не дает представления об относительных размерах фирмы, поэтому его нельзя рассматривать как параметр, определяющий уровень концентрации. Однако при применении данных показателей нейтрализуются отрицательные свойства каждого из них, поскольку в этом случае они дополняют друг друга и дают наиболее развернутую картину концентрации в любой сфере, в том числе и в банковском секторе.

В России наиболее популярным показателем концентрации на рынке служит размер крупнейших фирм. Именно этот критерий лежит в основе определения доминирующего положения (признаком доминирования в России служит контроль не менее 35% рынка).

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) определяет следующие границы для рыночной концентрации трех крупнейших фирм на рынке (CR_3):

- высокой, если доля 3 крупнейших фирм будет выше 70%;
- средней, если CR_3 находится в пределах 45–70%;
- низкой, если CR_3 меньше 45%.

Уровень концентрации собственного капитала и чистых активов российской банковской системы, рассчитанный автором, представлен на рис. 1, 2³.

Значение индекса CR_3 как для собственного капитала, так и для чистых активов в ис-

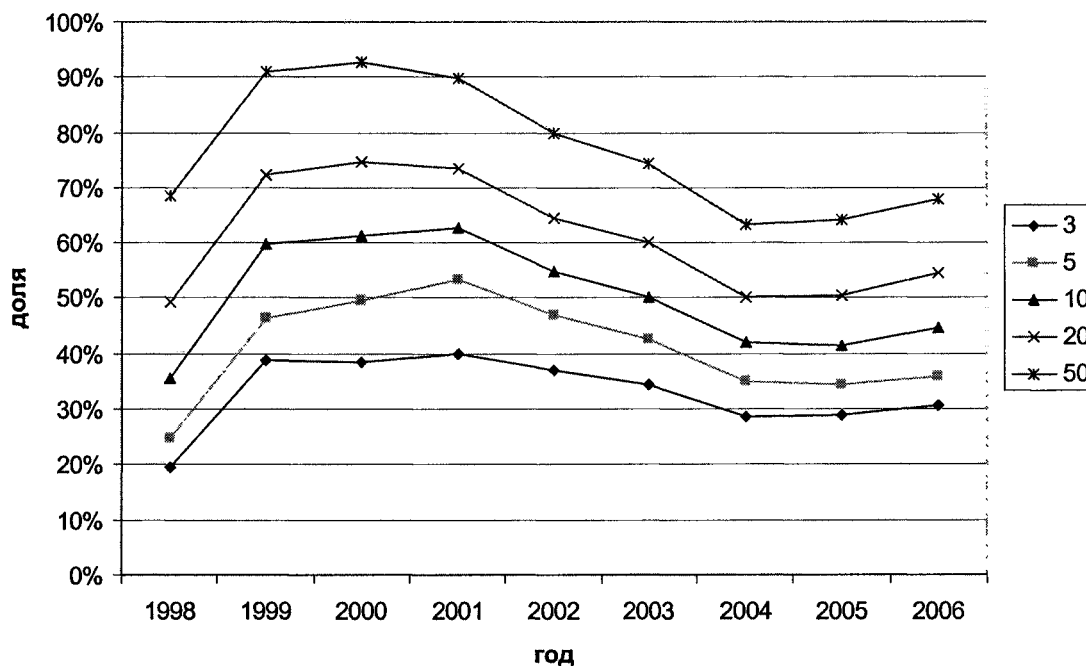


Рис. 1. Доля крупнейших (3, 5, 10, 20, 50) банков в совокупном собственном капитале

следуемом периоде находится ниже 45% (рис. 3), что означает низкий уровень концентрации в отрасли. Выделяются три основных периода:

- 1) 1998–1999 гг. – резкий рост обоих показателей в результате банковского кризиса и перераспределения ресурсов в данном секторе;
- 2) 1999–2004 гг. – восстановительный период, характеризующийся снижением концентрации по собственному капиталу (в связи с ужесточением контроля со стороны надзорных органов и введением ограничения на ми-

нимальную величину достаточности собственного капитала) и минимальным ростом концентрации по активам;

- 3) 2004–2006 гг. – рост концентрации по обоим показателям, связанный с увеличением объемов бизнеса наиболее крупных банков.

На долю самого крупного банка России – Сбербанка приходится около 20% совокупного собственного капитала и 27% чистых активов всей банковской системы России. На следующий по величине банк приходится не более 7% чистых активов и собственного капитала.

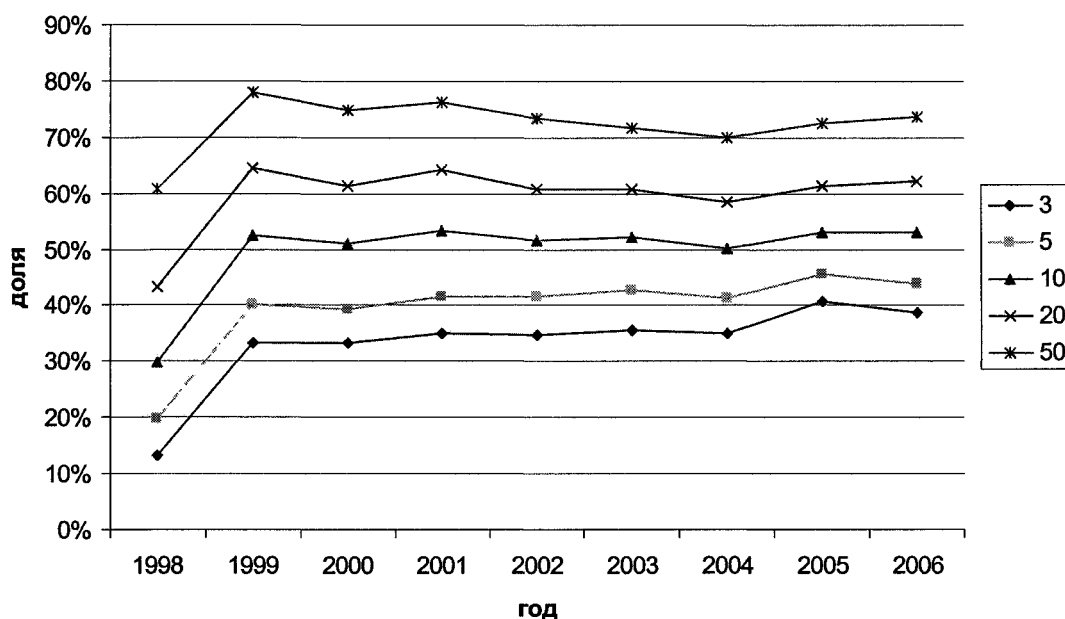


Рис. 2. Доля крупнейших (3, 5, 10, 20, 50) банков в совокупных чистых активах⁴

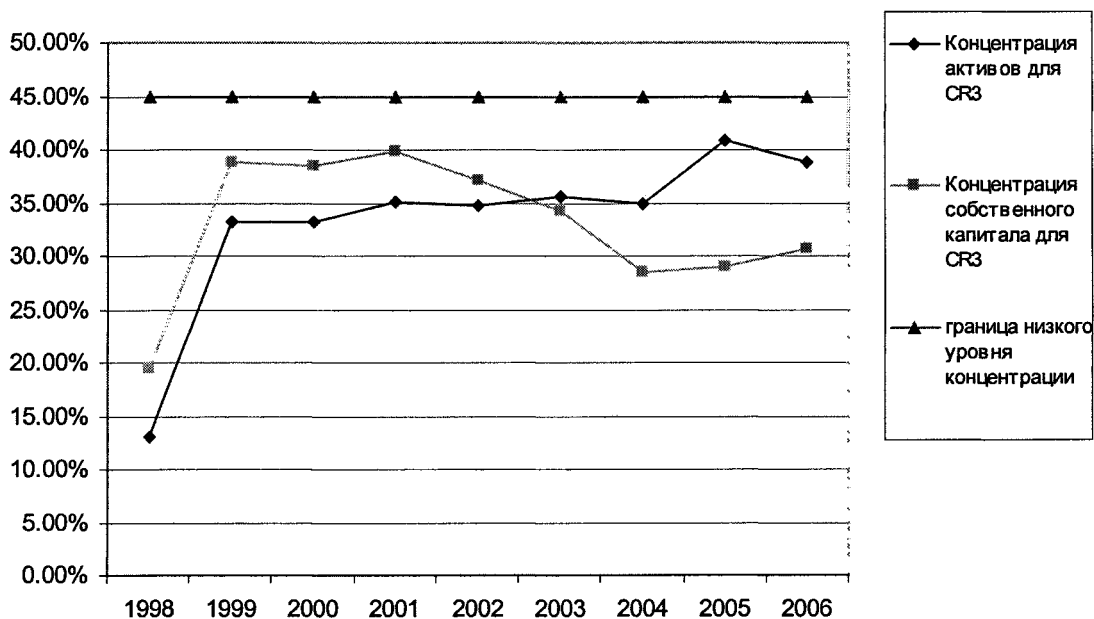


Рис. 3. CR₃ для собственного капитала и активов⁵

Рост или снижение уровня концентрации во временном интервале в большей мере связан с колебаниями трех первых банков: по собственному капиталу влияние банков с 4-го по 50-й составляет не более 10%, а по чистым активам – не более 5%.

Индекс Херфиндаля–Хиршмана служит основным ориентиром при осуществлении антимонопольной политики развитых странах, в частности в США. Его основное преимущество – способность чутко реагировать на перераспределение долей между фирмами, действующими на рынке. Данный показатель используется и в России, так ФАС определяет следующие уровни рыночной концентрации реального сектора:

- высокий при $2000 < \text{HHI} < 10\,000$;
- умеренный при $1000 < \text{HHI} < 2000$;
- низкий при $\text{HHI} < 1000$.

Динамика данного показателя, по расчетам авторов, практически полностью повторяет изменения индекса концентрации CR_3 как для собственного капитала, так и для чистых активов (рис. 4).

Индекс как по чистым активам, так и по собственному капиталу находится на низком уровне (меньше 1000). Дважды данный показатель (в 1999 г. по собственному капиталу и в 2005 г. по чистым активам) достаточно близко

приближался к умеренному уровню концентрации. В 1999 г. изменения были вызваны перераспределением ресурсов между сохранившимися после кризиса банками, а в 2005 г. в связи со значительным ростом активов Сбербанка вследствие рыночной экспансии.

Индекс энтропии показывает степень неопределенности на рынке – чем выше его значение, тем выше экономическая неопределенность, определяющая высокие барьеры входа на рынок.

По расчетам авторов, изменение индекса энтропии по собственному капиталу свидетельствует о незначительном увеличении уровня концентрации, индекс по чистым активам находится примерно на одном уровне (рис. 5). Сокращение разрыва между индексом энтропии по активам и собственному капиталу связано с ужесточением норм достаточности собственного капитала.

Индекс энтропии по собственному капиталу стремится в сторону повышения к уровню концентрации активов, что противоречит изменениям индекса концентрации и индекса Херфиндаля–Хиршмана, которые указывают на снижение концентрации собственного капитала. Противоречие индексов связано с тем, что индекс энтропии в значительно меньшей степени реагирует на изменение доли крупных организаций, чем на изменение средних и

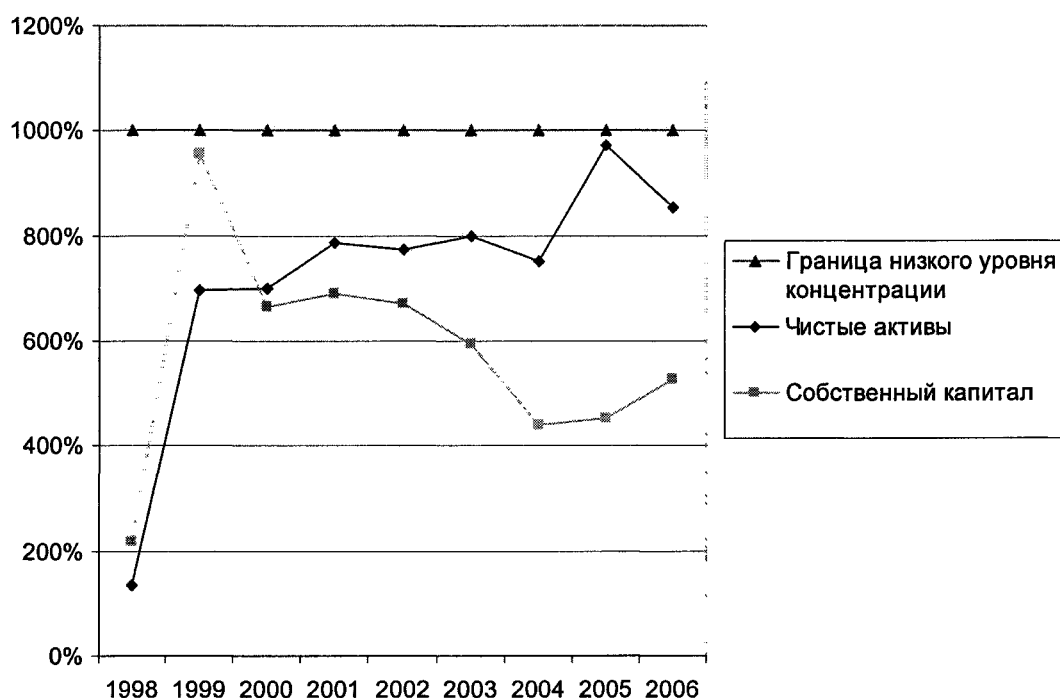


Рис. 4. Индекс Херфиндаля–Хиршмана для чистых активов и собственного капитала⁶

небольших, происходит сглаживание резких изменений рыночной доли банков.

Все три индекса по чистым активам свидетельствуют о низком уровне концентрации, на протяжении всего исследуемого периода колебания происходят на одном уровне.

При расчете дисперсии применяются те же упрощения, что и при расчете энтропии, поэтому динамика данных индексов совпадает (рис. 6). Дисперсия по чистым активам свидетельствует о снижении уровня концентрации, тогда как по собственному капиталу – о его увеличении.

Авторы выделяют три периода, в течение которых происходили основные изменения концентрации собственного капитала и активов: 1) 1998–1999 гг., 2) 1999–2004 гг., 3) 2004–2006 гг. Общая динамика концентрации собственного капитала и активов в банковском секторе сведена в таблице.

В первый период 1998–1999 гг. все четыре индекса указывают на рост концентрации в банковском секторе как активов, так и собственного капитала. После кризиса 1998 г. структура активов многих банков становится

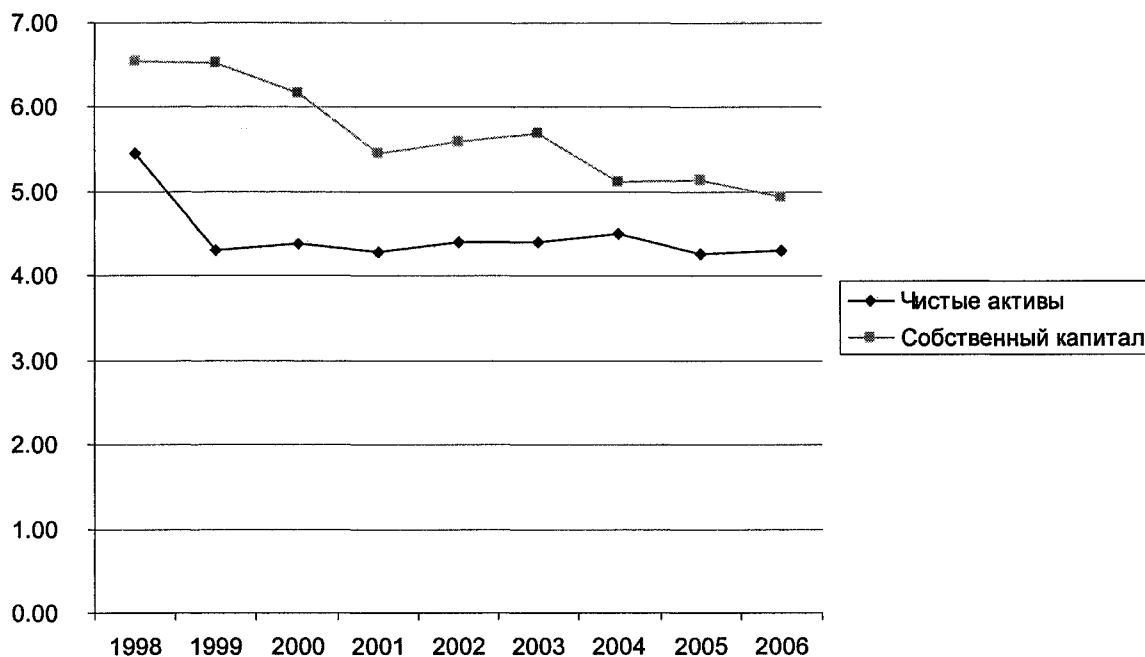


Рис. 5. Индекс энтропии для чистых активов и собственного капитала⁷

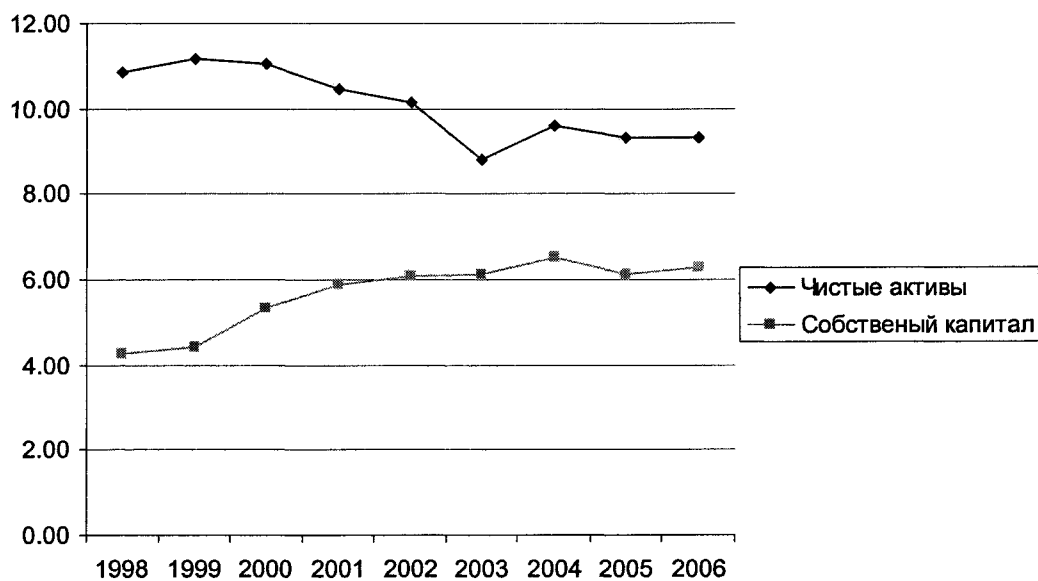


Рис. 6. Дисперсия в банковском секторе⁸

неадекватной, многие банки не смогли пережить кризиса, количество банков сократилось более чем на 700. Наибольший ущерб от кризиса получили именно крупные банки, в меньшей степени пострадали «средние». Столь неустойчивая динамика индексов связана с перераспределением ресурсов в банковской системе.

Динамика индексов концентрации

| Чистые активы | 1998–1999 | 1999–2004 | 2004–2006 |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|
| Индекс концентрации | ↑ | ≈ | ↑ |
| ННІ | ↑ | ≈ | ↑ |
| Энтропия | ↑ | ≈ | ≈ |
| Дисперсия | ↑ | ↓ | ↓ |

| Собственный капитал | 1998–1999 | 1999–2004 | 2004–2006 |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|
| Индекс концентрации | ↑ | ↓ | ↑ |
| ННІ | ↑ | ↓ | ↑ |
| Энтропия | ≈ | ↑ | ↑ |
| Дисперсия | ↑ | ↑ | ↑ |

Примечание. ↑ – рост концентрации, ≈ – постоянный уровень, ↓ – снижение уровня концентрации.

В данный период концентрация собственного капитала находится на более высоком уровне, чем активов. Это связано с отсутствием жесткого регулирования величины собственного капитала и поддержанием минимально допустимого размера.

Значительная концентрация в банковском секторе в этот период стала возможной, поскольку средства федерального бюджета при отсутствии института казначейства были доступны для коммерческих банков. Большую роль сыграли спекулятивные операции на открытом рынке. Экстенсивный процесс концентрации в банковском секторе происходил в основном через перераспределение уже имеющегося и сосредоточения его в одних руках.

Однако существенное влияние на обострение кризиса оказал низкий уровень капитализации банковской системы как в абсолютном выражении, так и относительно потерь в ходе развития кризисных явлений.

Период 1999–2004 гг. характеризуется стабилизацией в банковском секторе, в этот период предпринимаются меры по оздоровлению банков: проблемные банки либо закрываются, либо переходят под контроль более надежных; вводятся ограничения на минимально допустимый уровень капитала (5 млн

евро); государство активно участвует в рекапитализации крупных банков; иницируются слияния и объединения банковских учреждений; целенаправленно привлекаются иностранные средства для восстановления многофилиальных банков. Таким образом, предпринимаются попытки создать конкурентоспособную банковскую систему, поощряется осуществление слияний и поглощений и укрупнение банков.

Уровень концентрации чистых активов практически не претерпевает никаких изменений, все индексы, за исключением индекса энтропии, указывают на сохранение концентрации на одном уровне.

Индексы, схожие по своему математическому смыслу, указывают на разнонаправленное действие по консолидации собственного капитала в данный период: индексы концентрации и ННІ свидетельствуют о снижении концентрации, в то время как индексы энтропии и дисперсии демонстрируют рост. В связи с тем, что индекс концентрации является определяющим в России, а индекс Херфиндала–Хиршмана используется для оценки концентрации в отрасли в развитых странах, то авторы склонны считать, что в данном периоде происходит снижение уровня концентрации собственного капитала.

В данном периоде все 4 показателя свидетельствуют о сближении уровня концентрации собственного капитала и чистых активов. Более чувствительный к изменениям ННІ показывает большую концентрацию чистых активов и более резкое снижение уровня концентрации собственного капитала.

На этапе 2004–2006 гг. происходят изменения в динамике концентрации, а именно проявляется тенденция к увеличению как концентрации собственного капитала, так и чистых активов. На наибольшие изменения указывает индекс концентрации собственного капитала. Индексы энтропии и дисперсии демонстрируют минимальное снижение.

Индекс ННІ по чистым активам свидетельствует о резком увеличении концентрации в 2005 г. и чуть менее значительном падении в 2006 г. Это связано отчасти со значительным ростом чистых активов Сбербанка вследствие рыночной экспансии.

В 2006 г. можно проследить тенденцию укрепления не только первых пяти банков, но и входящих в первые пятьдесят: если первые пять банков по чистым активам, согласно индексу концентрации, демонстрировали паде-

ние по сравнению с 2005 г., то на уровне пятидесяти банков такое падение полностью компенсировано – наблюдается рост.

Таким образом, можно сделать выводы о том, что в России происходит рост концентрации капитала в банковском секторе. Постепенно сокращается количество и растет доля крупнейших банков. Особое место в отечественной банковской системе занимает Сбербанк, который контролирует около 20% совокупного собственного капитала и 27% чистых активов всей банковской системы России. В абсолютном выражении российские банки значительно меньше конкурентов из развитых стран как среди крупнейших банков, так и по среднему уровню в отрасли. Однако наращивание капиталов идет значительными темпами, что позволит в будущем конкурировать и на международной арене. Просматривается положительная динамика усиления конкурентоспособности отечественных банков.

¹ Hannah, Kay, Concentration in modern industry, London, 1977:

– Пусть показатель концентрации рассчитывается не для n фирм на рынке, а для k фирм при $k < n$, причем фирмы ранжированы по убыванию рыночной доли. Если концентрация продавцов на рынке A выше, чем на рынке B , значение идеального показателя для рынка A должно быть больше при любом k .

– Если доля крупной фирмы возрастает за счет мелкой фирмы, то показатель концентрации возрастает.

– Вход новой фирмы на рынок понижает уровень концентрации (при условии, что размер фирмы ниже некоего значимого уровня).

– Слияния и поглощения увеличивают степень концентрации.

² Экономическая школа. 1993. Вып. 3. С. 212–213.

³ По данным сайтов banks-rate.ru, ra-expert.ru, cbr.ru.

⁴ Там же.

⁵ Там же.

⁶ Там же.

⁷ Там же.

⁸ Там же.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПОНЯТИЯ, ФАКТОРЫ, ВИДЫ

Е.А. Лясковская

*Южно-Уральский государственный университет,
г. Челябинск*

Одним из основных условий экономического развития страны является обеспечение экономической устойчивости функционирования составляющих ее субъектов на мезо- и микроуровнях, в то время как неудовлетворительный уровень экономической устойчивости и несовершенство управления внутрифирменными ресурсами и процессами, определяющими в конечном счете конечные экономические результаты, приводит к недостаточной конкурентоспособности отечественных предприятий на мировом рынке, неэффективности деятельности и в конечном счете, экономической несостоятельности.

Устойчивость хозяйствующих субъектов в настоящее время можно считать одной из ключевых проблем, определившей к себе большое внимание со стороны теоретиков и практиков экономической науки.

В конце XX века в эпоху массовой приватизации в России, когда ломка существовавших хозяйственных связей проявлялась в потере основных рынков сбыта и источников сырья, неустойчивость предприятий в масштабе экономики называли структурным кризисом. В начале постприватизационного периода низкие показатели российских предприятий связывали с низкой конкурентоспособностью продукции, господством импорта на внутреннем рынке. Позднее к причинам неудовлетворительного финансового состояния предприятий добавились неплатежи, бартер и денежные «суррогаты». В посткризисный период обострилась проблема износа основных фондов и нехватки оборотных средств. Все перечисленные проблемы, в разное время обострившиеся в российской экономике, являются следствием низкой экономической устойчивости предприятий.

Парадоксально, но в последнее время экономисты-аналитики относят такие явления как неплатежи, уклонение от уплаты налогов, неисполнение обязательств перед контрагентами, ставшие привычными организационно-правовые трансформации не просто к негативным явлениям как таковым, а к инстру-

ментам обеспечения устойчивости и средствам адаптации.

Отметим, что в условиях неустойчивого функционирования затруднено как бизнес-планирование, так и планирование и реализация долгосрочных стратегий, а, следовательно, недоступно и целенаправленное развитие. Кроме того, экономическая неустойчивость ограничивает способности предприятия привлекать ресурсы извне, являясь обобщающим индикатором состояния бизнеса и его менеджмента. В настоящее время безусловна значимость оценки уровня экономической устойчивости фирмы для различных пользователей информации о ее деятельности.

Примеры значимости оценки уровня экономической устойчивости для различных пользователей информации приведены в табл. 1.

В настоящее время не сформулировано общепринятое определение экономической устойчивости предприятия. Экономическая устойчивость – понятие сложное, комплексное, как и сама хозяйственная деятельность, этим объясняется многообразие определений экономической устойчивости. Термин «экономический» предполагает созидательный процесс, результатом которого должно быть какое-либо благо, удовлетворяющее определенные потребности людей или хозяйствующих субъектов. Отсюда экономическая устойчивость может быть применена для характеристики субъектов, осуществляющих хозяйственную деятельность, результатов этой деятельности и ее последствий для самого субъекта.

Рассматривая экономическую устойчивость предприятий, необходимо подчеркнуть, что устойчивое состояние экономики на любом уровне всегда носит относительный характер, так как устойчивость находится в диалектическом единстве с категорией изменчивости, являющейся первичной по отношению к ней. Если во внешней форме какого-либо процесса или явления доминирует момент устойчивости, то во внутреннем содержании процесса и его сущностных аспектов преобладает неустойчивость. При этом устойчи-

вость не является просто противоположностью изменчивости, а дополняет, обуславливая ее, так как для поддержания устойчивости в ответ на воздействия факторов открытая система должна внутренне меняться. Устойчивость динамической системы всегда означает движение, изменение. Выделяют активные и пассивные формы экономической устойчивости:

- пассивные – прочность, сбалансированность, гомеостазис;
- активные формы – выживаемость, адаптивность, способность к самосохранению и саморазвитию.

Таблица 1
Значимость оценки экономической устойчивости для различных пользователей информации о деятельности фирмы

| № | Категории пользователей информации | Значимость экономической устойчивости |
|---|------------------------------------|--|
| 1 | Собственники и акционеры | Для оценки эффективности и рискованности бизнеса, определения перспективных направлений вложения средств, гарантий получения запланированных результатов в будущем |
| 2 | Производители | Для оценки эффективности использования ресурсов |
| 3 | Потребители | Для оценки качества и потребительской стоимости продукции |
| 4 | Поставщики | Для принятия решений о целесообразности краткосрочного и долгосрочного сотрудничества с фирмой |
| 5 | Кредиторы | Для обоснования целесообразности выдачи кредитов |
| 6 | Инвесторы | Для оценки вероятности возврата заемных средств, при формировании инвестиционного портфеля |
| 7 | Страховые компании | Для оценки вероятности наступления страхового случая |
| 8 | Остальные контрагенты | Для оперативной оценке надежности и «выгодности» партнерства |

Представляется, что в основе экономической устойчивости современных предприятий лежит динамическая устойчивость, подразу-

мевающая устойчивое (непрерывно поддерживаемое) развитие, означающее смену равновесных состояний, гарантирующих достижение стратегических и тактических целей в конкретные интервалы времени, и обеспечиваемых соответствием параметров и результатов протекания внутрифирменных процессов меняющимся требованиям внешней среды.

В результате анализа научных исследований выявлено, что существует многообразие классификаций факторов, видов, типов и критериев экономической устойчивости предприятий. Факторы, влияющие на экономическую устойчивость предприятия приведены на рис. 1.

Парадигмой современных экономических и организационных исследований является рассмотрение предприятия как открытой социально-экономической системы, для анализа устойчивости которых необходимо использовать принципы системного подхода. Компоненты и факторы системы экономической устойчивости предприятия приведены в табл. 2 и на рис. 2

Таблица 2
Компоненты и факторы системы экономической устойчивости предприятия

| Компоненты системы устойчивости | Факторы компонентов |
|---|--|
| Финансовая устойчивость | Коэффициенты ликвидности, финансовой устойчивости, показатели рентабельности и прибыли |
| Производственная устойчивость | Оптимальность производственной структуры. Метод производства адекватен типу производства. Наличие развитой системы коммуникаций |
| Информационная устойчивость | Наличие локальных систем автоматизации, систем защиты информации от внешнего вторжения в компьютерную информационную сеть, систем резервного копирования вырабатываемой информации |
| Рыночная устойчивость | Надежность имеющейся системы сбыта и системы мониторинга рыночного положения и рыночного окружения |
| Интеллектуальная (инновационная) устойчивость | Квалифицированный персонал, запатентованные технологии и изобретения, наличие перспективных НИИОКР |

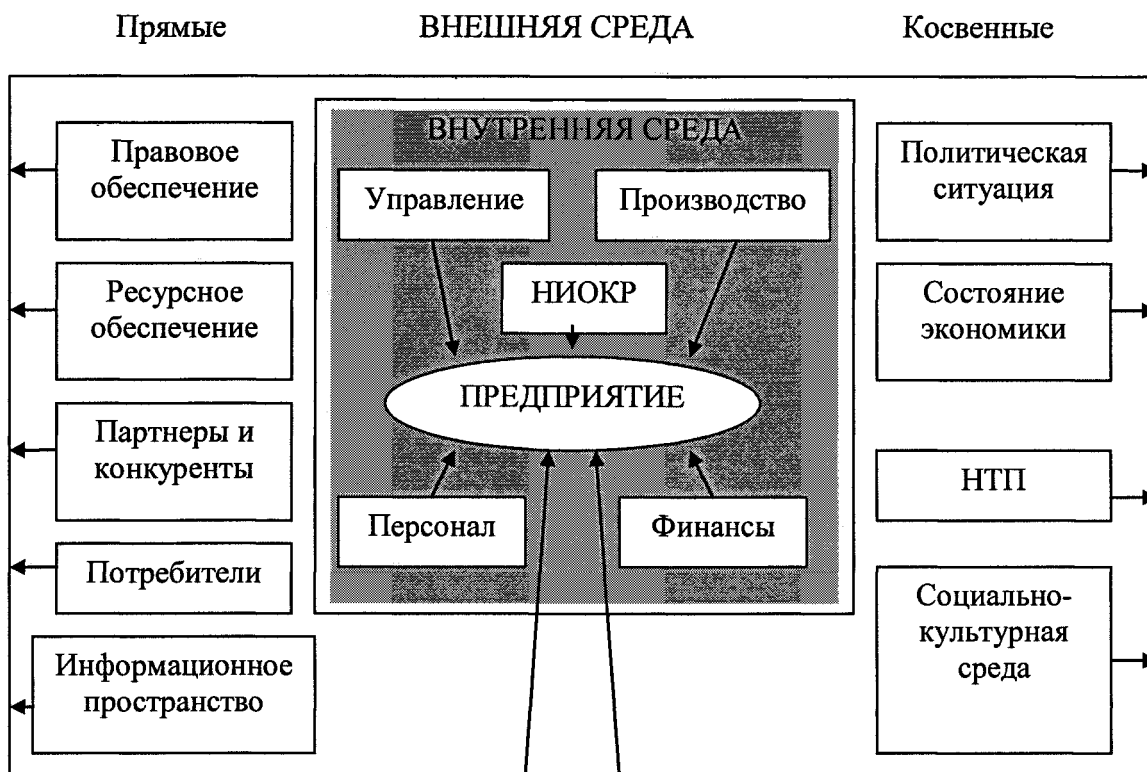


Рис. 1. Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на экономическую устойчивость предприятия



Рис. 2. Классификация социально-экономической устойчивости предприятия

Результаты обобщения наиболее часто встречающихся в литературе подходов к по-

нятиям, видам и критериям устойчивости предприятий представлены в табл. 3 и 4.

Таблица 3

Понятия устойчивости производственного предприятия

| Устойчивость | Понятие |
|------------------|--|
| Производственная | Способность предприятия при воздействии внутренней и внешней среды обеспечивать и эффективно использовать производственные ресурсы с целью достижения запланированных результатов деятельности |
| | Производственная устойчивость обеспечивается ценовой и управленческой политикой, максимальным соответствием элементов производственных ресурсов друг другу и параметрам внешней среды, повышением эффективности использования ресурсов |
| Финансовая | Способность предприятия при воздействии внешних и внутренних факторов сохранять свои параметры: формировать и эффективно использовать финансовые ресурсы, гарантируя своевременное и полное выполнение обязательств |
| | Система отношений предприятия по поводу формирования и использования финансовых ресурсов, в рамках которой предприятие преодолевает объективные внешние ограничения посредством внутренних перестроек и приспособлений, и осуществляет расширенное воспроизводство и устойчивое развитие |
| | Оптимизация основных финансовых факторов, вызвавших изменения в экономическом состоянии предприятия, выявление допустимых источников средств и оценка целесообразности их мобилизации с целью увеличения прибыли |
| Экономическая | Способность предприятия при воздействии внешних и внутренних факторов сохранять свои параметры в производственной и финансовой сферах: формировать и эффективно использовать производственные и финансовые ресурсы |
| | Состояние общего равновесия предприятия, которое характеризуется «иммунитетом» к воздействию внешних и внутренних факторов, нарушающих его воспроизводственную деятельность, и позволяет осуществлять развитие |
| | Состояние деятельности предприятия, характеризующееся устойчивыми экономическими показателями, которые изменяются в допустимых пределах под воздействием возмущающей среды |

Таблица 4

Критерии и виды экономической устойчивости производственного предприятия

| Критерий | Вид устойчивости |
|---|---|
| Соотношение общей величины запасов и источников их формирования | – абсолютная устойчивость; – нормальная устойчивость; – неустойчивое финансовое состояние; – кризисное финансовое состояние |
| Характер факторов, влияющих на экономическую устойчивость | – внешняя (макро и микросреда); – внутренняя |
| Период времени | – ретроспективная; – текущая; – прогнозная |
| Уровень платежеспособности предприятия | – абсолютная экономическая устойчивость; – приемлемая экономическая устойчивость; – допустимая экономическая устойчивость; – неустойчивое экономическое состояние; – кризисное экономическое состояние |
| По отношению к этапам жизненного цикла предприятия | – устойчивость, намечаемая на момент создания предприятия; – устойчивость, приобретенная в процессе функционирования; – устойчивость в период экономического роста; – устойчивость в период экономического кризиса |
| По объектам | – финансовая устойчивость; – производственная устойчивость; – рыночная устойчивость; – устойчивость персонала |
| Механизм реализации | – количественная (структурная); – качественная (функциональная) |

Так как экономика носит системный характер на всех уровнях, то устойчивость в социально-экономических системах нужно рассматривать на уровне предприятия, региона, отрасли, национальной экономики, мировой экономики с учетом их взаимозависимости и взаимообусловленности перечисленных микро-, мезо- и макроуровней.

Комплексное решение проблемы экономической устойчивости и устойчивого экономического развития можно получить, исследуя одновременно 3 уровня экономики.

На макроуровне это подразумевает эффективное использование ресурсов в результате гармоничного, регулируемого в интересах общества разрешением противоречия между потребностями и ресурсами. Под устойчивым экономическим развитием на макроуровне понимают такое развитие, при котором обеспечивается воспроизводство всех факторов производства и экономической системы в целом.

Говоря об устойчивом экономическом развитии на мезоуровне необходимо отметить, что оно связано с переходом от нынешней «экономики использования ресурсов» к экономике их системного воспроизводства, поддержание воспроизводственных пропорций в развитии отдельных отраслей и регионов. Важнейший признак экономической устойчивости на мезоуровне заключается в длительном сохранении условий для воспроизводства потенциала региона в режиме сбалансированности и социальной ориентации. Так как устойчивое развитие – это переход от «экономики использования ресурсов» к экономике их системного воспроизводства, то роль ведущего звена в этом процессе играют уже не производственные структуры – предприятия, а воспроизводственные – регионы и системы расселения.

На микроуровне устойчивое экономическое развитие предполагает баланс между текущей эффективностью и возможностями ее поддержания в будущем. При этом предпосылками для устойчивого развития с положительной экономической динамикой, является совокупностью следующих свойств предприятий:

- гибкость реакции на меняющуюся конъюнктуру рынка;
- конкурентоспособность продукции и производства;
- инновационная и инвестиционная активность;

- высокая ликвидность и финансовая стабильность;
- развитость предпринимательских структур;
- широкое использование инновационных факторов.

В табл. 5 приведены наиболее часто встречающиеся в мировой практике причины несостоятельности предприятий [1]. Как видно из таблицы экономический аспект является одним из основных и определяющих в настоящем и будущем развитии предприятия. Способность предприятий успешно решать затруднения связана с созданием механизма обеспечения экономической устойчивости.

Таблица 5
Причины деловой несостоятельности предприятий

| Причины несостоятельности | Процент к итогу |
|--------------------------------------|-----------------|
| Экономические факторы | 85,8 |
| в том числе финансовые факторы | 38,4 |
| Недостаток профессионализма | 7,1 |
| Небрежность, бедствия, мошенничество | 6,0 |
| Прочие факторы | 1,1 |

Представляется необходимым привести обстоятельства, не позволяющие России слепо копировать зарубежный опыт перехода на модель устойчивого развития, так как Россия находится в совершенно иных условиях экологического и социально-экономического развития. К особенностям, доставшимся в наследство от планово-распорядительной системы и характерным для сегодняшней России [2].

1. Неэффективное использование всех видов ресурсов. Отметим, что в последние годы ресурсоемкость экономики России не только не снизилась, но и возросла.

2. Неблагоприятное состояние экологии и высокий уровень загрязненности среды обитания в большинстве крупных промышленных регионов, а также отсутствие финансовых средств для осуществления соответствующей природоохранной деятельности.

3. Нерациональное территориальное размещение производительных сил и существенную зависимость производства от транспортной составляющей.

4. Гипертрофированное развитие сырьедобывающих отраслей в ущерб отраслям об-

рабатывающей промышленности и сфер высоких технологий.

5. Общая макроэкономическая неустойчивость и глубокие диспропорции между развитием отдельных отраслей и регионов.

6. Нарастающее отставание России от наиболее развитых стран мира в сфере научно-технических разработок и информационных технологий.

7. Глубокие структурные диспропорции в развитии экономики и неэффективность происходящих структурных преобразований.

8. Распад сложившихся хозяйственных связей между отдельными республиками и регионами.

9. Уменьшение доли России в мировой экономике.

10. Неустойчивость валютно-финансовой сферы.

В заключении отметим, что несмотря на то, что экономический рост российской экономики в 2006 году составил 6,8 %, наблюдается глубокое несоответствие между потенциальными возможностями производственных предприятий и их текущим состоянием. В ре-

зультате, удельный вес убыточных предприятий превышает 30 %, являясь следствием в числе других факторов, отсутствия теоретических основ и практических рекомендаций по созданию на предприятиях комплексного механизма обеспечения экономической устойчивости функционирования и развития.

Литература

1. Бригхем, Ю. Финансовый менеджмент: в 2-х т. / Ю. Бригхем, Л. Гапенски. – СПб.: С.-Петербургский университет экономики и финансов, 1997.

2. Дятлов, С.А. Основы концепции устойчивого развития / С.А. Дятлов. – СПб., 1998.

3. Козлова, Е.А. О новейших подходах анализа экономической устойчивости фирм / Е.А. Козлова // Экономика, управление и инвестиции: сборник научных трудов. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2006. – С. 53–60.

4. Стратегическое управление организационно-экономической устойчивостью фирмы: логистикоориентированное проектирование бизнеса / А.Д. Канчавелли, А.А. Колобов, И.Н. Омельченко и др.; под. ред. А.А. Колобова, И.Н. Омельченко. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2001. – 600 с.

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

ТЕХНОЛОГИЯ ПОСТАНОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Е.Д. Вайсман, Т.А. Кузнецова

*Южно-Уральский государственный университет,
г. Челябинск*

Анализ большого количества разработок, посвященных проблеме постановки системы управленческого учета, позволил нам прийти к выводу, что в этой проблеме, имеющей, на первый взгляд, абсолютно прикладной характер, существуют недостаточно проработанные вопросы методологического и методического характера, поскольку в литературе в большей степени описывается сущность, а не технология (методики) постановки учета.

На основе изучения этой проблемы и с учетом имеющегося опыта консультирования предприятий города Челябинска нами предлагается модель постановки системы управленческого учета, состоящая из следующих этапов.

1 этап – подготовительный. Основной целью этого этапа является подготовка информационной и организационной основы для постановки системы учета.

2 этап – разработка. Его основной целью является выстраивание системы управленческого учета вплоть до конкретных методик, документов и регламентов.

3 этап – внедрение. Цель этого этапа – освоение разработанной системы с необходимой корректировкой и полной адаптацией к особенностям бизнеса, а также ее автоматизация.

Каждый этап, в свою очередь, состоит из нескольких шагов, последовательное выполнение которых должно привести разработчика к достижению поставленных целей (рис. 1).

Рассмотрим шаги основного из этой последовательности – второго этапа.

Этот этап, безусловно, является ключевым, поскольку именно здесь осуществляется выбор и утверждение структуры и состава системы, разработка методик и форматов учета, определяется регламент и маршруты движения документов.

Учитывая важность и высокую степень ответственности работ, проводимых на этапе разработки, следует постоянно помнить, что

разрабатываемая система учета призвана решать не только текущие задачи, стоящие перед предприятием, но и будущие, которые могут возникнуть по мере достижения, либо изменения его стратегических целей. Другими словами, каждое принимаемое решение, связанное с методикой учета, форматом того или иного документа и маршрутом его движения, необходимо анализировать как с позиций сегодняшнего, так и с позиций завтрашнего дня.

Кроме того, чрезвычайно важно при разработке каждого документа учесть всех его возможных пользователей. Нам приходилось сталкиваться с предприятием, на котором была сформирована, как казалось его руководителям, достаточно полная и удобная база данных о потребителях. Этот миф, к сожалению, был развенчан, когда перед ними встала задача маркетингового характера. Необходимо было спрогнозировать реакцию потребителей на некоторые ценовые решения. Выяснилось, что имеющаяся база не дает такой возможности, поскольку целиком сосредоточена на потребностях финансистов. Такие ошибки дорого стоят не только потому, что требуют «переделывания» ставшей уже привычной системы учета, но и потому, что в нужный момент не дают возможности оперативно принимать обоснованные управленческие решения.

Чтобы их избежать, разработчикам целесообразно предлагать несколько вариантов методик, форматов документов и других элементов системы учета и проводить их сравнительный анализ. Результаты такого анализа необходимо серьезно и последовательно обсуждать на специальных совещаниях, тщательно фиксируя критику и поступающие предложения. На этих же совещаниях должен утверждаться и окончательный вариант того или иного решения по системе

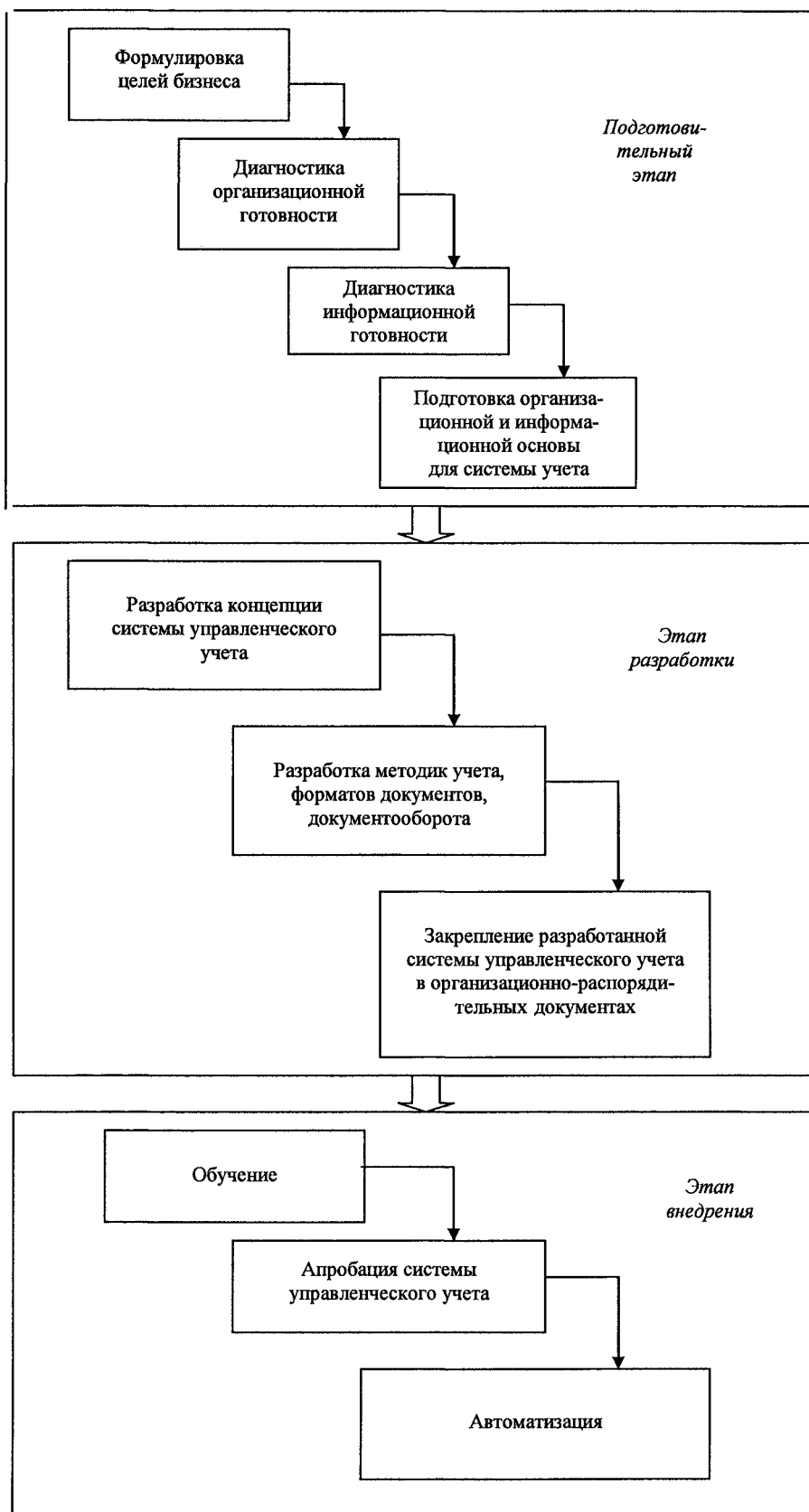


Рис. 1. Основные этапы постановки системы управленческого учета

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

учета. Протоколирование окончательного решения позволит поднять степень ответственности за его реализацию как разработчиков, так и управленцев.

Этот этап, безусловно, является ключевым, поскольку именно здесь осуществляется выбор и утверждение структуры и состава системы, разработка методик и форматов учета, определяется регламент и маршруты движения документов.

Шаг 1. Разработка концепции системы управленческого учета

Как известно, словари трактуют понятие концепции как «то или иное понимание явления, систему взглядов». Следовательно, целью этого шага является выработка менеджментом общего понимания того, каким должен быть управленческий учет на их предприятии в соответствии с текущими и стратегическими целями и задачами. По сути, речь идет о построении общей модели системы учета, в которой должно быть отражено, какая информация, с помощью каких показателей, в каких документах, с какой периодичностью, откуда и в каком направлении должна поступать (см. рис. 1).

На наш взгляд, для построения такой модели необходимо принять решение по пяти основным параметрам системы управленческого учета: ее составу и структуре, объектах, субъектах, показателях и автоматизации.

По каждому из перечисленных параметров модели управленческого учета существует несколько вариантов решений. Сравнительный анализ этих вариантов позволяет выбрать концепцию системы, в наибольшей степени соответствующую стратегическим целям бизнеса, его особенностям и перспективам.

Назовем такую концепцию «профилем» системы управленческого учета (рис. 2).

Таким образом, в результате осуществления первого шага второго этапа постановки управленческого учета должна быть сформирована общая концепция системы учета, выбран ее «профиль», то есть приняты решения по составу, объектам, субъектам, показателям и способу автоматизации.

Шаг 2. Разработка методик учета, форматов документов, документооборота

Основными задачами этого этапа являются:

- формирование набора показателей в разрезе управляемых областей, подразделений и т. д.;
- разработка учетной политики управленческого учета, выбор инструментов взаимодействия финансового и управленческого учета;
- определение и описание методик расчета показателей;
- разработка классификаторов объектов управленческого учета, дающих возможность систематизировать учитываемую информацию и создавать конфигураторы учета, позволяющие сформировать массивы данных в любых разрезах;
- разработка (доработка) форматов управленческой документации на основе разработанной системы показателей и требований к документам;
- создание регламентов учета и маршрутов движения документов;
- связывание всех разработанных регламентов в контур единого корпоративного документооборота.

Рассмотрим последовательно некоторые из перечисленных задач.

| Состав | Производственный | Производственный и складской | Производственный, маркетинговый, складской | Включает все области управления |
|---------------|--|------------------------------|---|---------------------------------|
| Объекты | Отдельные изделия | Изделия, подразделения | Изделия, подразделения, виды деятельности | |
| Субъекты | Руководители подразделений | Центр (служба) планирования | Руководители подразделений, центр (служба) планирования | |
| Показатели | Только финансовые | Финансовые и натуральные | Финансовые, натуральные, качественные | |
| Автоматизация | Специально разработанный программный продукт | | Стандартная программа | |

Рис. 2. Варианты концепции системы управленческого учета

Формирование набора показателей в разрезе управляемых областей, подразделений и т. д.

Любой руководитель мечтает о некоем «волшебном фонаре», который вовремя высветит проблему управляемого бизнеса, да еще и укажет пути ее решения. Очевидно, роль такого «фонаря» могут играть показатели, оценивающие наиболее критические аспекты данного конкретного бизнеса. Основной целью постановщиков системы управленческого учета, по сути, является определение таких показателей, методов и порядка их учета и в дальнейшем выработка набора возможных путей решения возникающих проблем.

Объем необходимой для учета информации, на наш взгляд, определяется тремя блоками: блоком стратегических целей предприятия, блоком тактических задач, а также блоком оперативной информации. Если в процессе формирования системы управленческого учета уже выяснено, какая именно информация требуется для принятия управленческих решений, то следующей задачей является определение, с помощью каких конкретных показателей эта информация должна учитываться. Следовательно, по каждому блоку необходимо сформировать набор показателей.

На наш взгляд, каких-либо единых для всех правил формирования набора показателей, регламентирующих их состав и количество, до сих пор не существует, да и вряд ли может существовать. Много зависит от специфики бизнеса, основных областей управления, приоритетных задач в них, уровня квалификации персонала и возможностей учета. В специальной литературе встречается точка зрения, согласно которой любой бизнес можно описать с помощью не более 20 ключевых показателей, каждый из которых может иметь не более 7 аналитических разрезов. В системе сбалансированных показателей, по некоторым оценкам, оптимальным считается следующее соотношение количества показателей в каждой из четырех составляющих ССП:

- финансы: 4–5 показателей (22 %);
- клиенты: 4–5 показателей (22 %);
- внутренние бизнес-процессы: 8–10 (34 %);
- обучение и развитие: 4–5 показателей (22 %).

При этом отмечается, что порядка 80 % показателей ССП должно относиться к нестоимостным.

В целом, технология формирования набора оценочных показателей предполагает проведение следующих процедур:

- выбор для каждой задачи, закрепленной за подразделением в рамках организационно-функциональной структуры, измерителя достижения результатов – показателя;
- компоновка отдельных показателей в систему, состоящую, как правило, из ключевых (основных) и вспомогательных, логически и по возможности, формализовано связанных между собой;
- определение целевых (нормативных) значений показателей, периода их учета, планирования и контроля;
- ознакомление работников подразделений с существом показателей, порядком их расчета и оценки;
- разработка форматов управленческой документации на основе сформированной системы показателей, в обязательном порядке предполагающих наличие инструкций с порядком расчета и комментариями;
- встраивание системы сформированных показателей в систему планирования, контроля, премирования.

В табл. 1 приведен минимально возможный набор показателей для средней по размеру оптово-розничной компании.

Таблица 1
Возможный набор показателей

| Область управления | Показатели |
|--------------------|---|
| Персонал | Степень удовлетворенности персонала, коэффициент текучести кадров, производительность труда, средний уровень заработной платы |
| Финансы | Длительность финансового цикла, рентабельность продаж, рентабельность собственного капитала, коэффициент обеспеченности собственными средствами |
| Производство | Структура себестоимости, коэффициент загрузки мощностей, процент выполнения производственного плана |
| Маркетинг | Принадлежащая доля рынка по отношению к доле лидера рынка, процент постоянных покупателей, процент лояльности покупателей |
| Сбыт | Динамика продаж, процент выполнения плана по сбыту |

Разработка учетной политики управленческого учета, выбор инструментов взаимодействия финансового и управленческого учета

В целом учетная политика – это документ, составляемый ежегодно и утверждаемый руководителем организации. Он должен содержать основные правила ведения организацией учета.

В настоящее время в обязанность любой организации входит формирование не только учетной политики для целей бухгалтерского учета, но и учетной политики для целей налогообложения, разрабатываемой в соответствии с положениями глав 21 и 25 НК РФ. Постановка и эффективное функционирование системы управленческого учета также требует разработки учетной политики. При этом, учитывая степень проработанности и логичность правил разработки учетной политики для целей бухгалтерского учета, неоднократно проверенных практикой, не имеет смысла придумывать что-то новое для управленческого учета.

Чаще всего на практике Положение об учетной политике управленческого учета является частью общего Положения об управленческом учете, так как, по сути, содержит непосредственное описание элементов учета (документов, документооборота, методов расчета показателей) и впоследствии, при разработке элементов учета, постоянно дополняется.

Проблема неопределенности в установлении количества и состава показателей для учета на каждом конкретном предприятии влечет за собой сложность описания методик их расчета.

Понимая, что вряд ли возможно в рамках одной работы описать все варианты различных методик расчета всех возможных показателей управленческого учета, попытаемся обозначить основные подходы к их разработке.

Для систематизации этого процесса рассмотрим возможные методики расчета:

- количественных нестоимостных показателей управленческого учета;
- качественных показателей управленческого учета;
- количественных стоимостных показателей.

Все разнообразие количественных нестоимостных показателей с точки зрения методики их расчета можно подразделить на две группы. К первой отнесем те, которые могут

быть определены физически: взвешены, просчитаны, измерены и т. п. Определение показателей второй группы сопряжено с использованием той или иной формулы расчета, как правило, достаточно простой. К количественным нестоимостным показателям относятся и некоторые специальные, рассчитываемые в условных единицах, например, используемая в молочной промышленности тонна молока базисной жирности.

Использование в системе управленческого учета качественных показателей неизбежно, если в ее состав включены такие области управления и учета как маркетинг, персонал, логистика, сбыт. Прежде всего, к таким показателям относятся так называемые текстовые (лингвистические): условия поставки, степень удовлетворенности клиента, персонала и т. п.

Более сложными качественными показателями являются различного рода комплексные критерии, определяемые экспертно. Так, при формировании маркетинговых баз данных о конкурентах для оценки их позиции на рынке часто приходится использовать интегральные показатели, в состав которых может входить несколько частных показателей с разными единицами измерения. В этом случае экспертным путем в некоторых условных единицах (чаще всего в баллах) оценивается значение каждого из частных показателей.

Все количественные стоимостные показатели в зависимости от методики их расчета также могут быть разделены на четыре группы. Первая – это показатели, имеющие однозначную методику расчета в соответствии со стандартами учета. Во вторую группу следует отнести показатели, по которым стандарты учета предусматривают несколько вариантов расчета. Таким образом, в целом расчет показателей этих групп определяется правилами финансового учета.

При этом расчет ряда таких показателей определен стандартами учета однозначно, к примеру, величина дебиторской задолженности. Заметим, что количество таких показателей по мере развития российской системы бухгалтерского учета заметно снижается.

Для другой части показателей, к примеру, стоимости единиц запасов, единиц закупаемого сырья, выручки от реализации продукции стандарты предусматривают несколько вариантов расчета.

Гораздо сложнее обстоит дело с показателями третьей группы, методика расчета которых не является стандартной и формируется в каждом конкретном случае. В число таких показателей входят экономические, основной целью расчета которых является оценка качества менеджмента на предприятии. Наиболее актуальные из них – стоимость бизнеса, экономическая добавленная стоимость, экономическая прибыль. Так, показатель стоимости бизнеса рассчитывается тем или иным способом в зависимости от организационно-правовой формы предприятия, его отраслевой принадлежности, статуса на фондовом рынке и ряда других факторов, среди которых не последнюю роль играет уровень квалификации аналитика.

Наш опыт показывает, что наблюдаемый сегодня рост интереса части руководителей к экономическим показателям не всегда сопровождается пониманием необходимости организации системы управленческого учета для их оценки.

В четвертую группу количественных стоимостных показателей, на наш взгляд, логично отнести показатели, являющиеся производными по отношению к стандартным. Так, показатель оборачиваемости дебиторской задолженности рассчитывается как отношение выручки от реализации к средней величине дебиторской задолженности.

Разработка классификаторов объектов управленческого учета

Классификаторы – неперенная компонента управленческого учета, которая позволяет определять, систематизировать, описывать и кодировать различные объекты учета с целью их однозначной трактовки всеми участниками процессов планирования, организации, стимулирования и контроля на предприятии. Кроме того, грамотно разработанные классификаторы дают возможность создавать конфигурации учета, позволяющие сформировать массивы данных в любых разрезах.

Как и практически во всех аспектах системы управленческого учета – определении состава и структуры управленческой отчетности, определения набора необходимых показателей – количество и типы используемых классификаторов зависят от специфики бизнеса каждого предприятия, его целей и задач. Наиболее распространенными классификаторами управленческого учета, применяемыми в российской практике, являются:

- виды производимой продукции, оказываемых работ и услуг;
- виды доходов;
- центры финансовой ответственности;
- места возникновения затрат;
- виды (экономические элементы) затрат;
- статьи калькуляции;
- виды активов;
- виды обязательств;
- виды собственного капитала;
- проекты;
- направления инвестиций;
- основные и вспомогательные бизнес-процессы;
- сегменты рынка;
- типы клиентов;
- категории персонала.

По сути, в управленческом плане счетов должны быть объединены несколько классификаторов и кодификаторов управленческого учета, разработанных на предприятии. На основе этого плана регистрируются все производимые хозяйственные операции. Группировка счетов и разработка аналитики по счетам производятся в зависимости от объектов учета и форматов управленческой отчетности.

За основу нумерации счетов может быть принята кодировка счетов по МСФО или национальным стандартам бухгалтерского учета.

Как правило, при разработке плана счетов управленческого учета сразу же устанавливаются типовые проводки, отражающие хозяйственные операции по основным объектам учета. Это существенно облегчает и стандартизирует работу специалистов, занимающихся ведением управленческого учета.

Разработка форматов управленческой документации на основе сформированной системы показателей

Требования, предъявляемые к управленческой документации, достаточно традиционны:

- отчет должен быть адресным и конкретным;
- отчет должен содержать оперативную информацию, полезную для принятия управленческих решений;
- при составлении отчета следует учитывать психологические особенности и уровень подготовленности конкретного менеджера, для которого предназначен отчет,

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

вплоть до формы представления информации (текстовая, табличная или графическая) и состава показателей;

– отчет не должен быть перегружен, информация в отчете должна быть систематизирована;

– затраты на подготовку внутренней отчетности не должны превышать экономического эффекта от ее использования (принцип экономичности);

– отчет должен быть «подготовленным», содержать аналитические показатели и формулы для расчета показателей, инструкцию для заполнения, дополнять фактические показатели плановыми, содержать место для текстовых пояснений, то есть он должен облегчать принятие решений.

Несмотря на абсолютную логичность и ясность этих принципов, форма их конкретной реализации зависит от специфики бизнеса

и множества других факторов, и вряд ли может быть полностью формализована.

Таким образом, в результате осуществления второго шага второго этапа постановки управленческого учета должно быть определено, с помощью каких показателей должна собираться информация, необходимая для принятия и оценки эффективности управленческих решений, а также в каких документах и с какой периодичностью она должна отражаться.

Шаг 3. Закрепление разработанной системы управленческого учета в организационно-распорядительных документах

Этап постановки заканчивается детальнейшим, на уровне каждого отдельного действия, закреплением всех сформулированных и разработанных элементов во внутренних организационно-распорядительных документах. Пример набора таких документов с краткой характеристикой их структуры приведен в табл. 2.

Таблица 2

Пример организационно-распорядительных документов управленческого учета

| Организационно-распорядительный документ управленческого учета | Примерная структура документа |
|--|--|
| Положение о финансовой структуре предприятия | 1. Общие положения. 2. Определения. 3. Перечень ЦФО. 4. Система контрольных показателей деятельности ЦФО. 5. Права и обязанности руководителя ЦФО. 6. Взаимодействие ЦФО. 7. Механизм отнесения прямых и косвенных расходов на ЦФО. 8. Регламент работ. 9. Финансирование расходов ЦФО. 10. Регламент актуализации Положения. Приложения Схема финансовой структуры |
| Положение об учетной политике | 1. Общие положения. 2. Организационно-технический аспект. 3. Методический аспект. 4. Организация взаимодействия с бухгалтерским и налоговым учетом. 5. Регламент актуализации Положения. Приложения |
| Положения об управленческом учете | 1. Общие положения. 2. Область применения. 3. Определения. 4. Общая концепция. 5. Процедуры, используемые в управленческом учете. 6. Модули управленческого учета. 7. Субъекты управленческого учета. 8. Методы оценки активов и обязательств |

Окончание табл. 2

| Организационно-распорядительный документ управленческого учета | Примерная структура документа |
|--|--|
| Положения об управленческом учете | 9. Правила документооборота и технология обработки учетной информации. 10. Схема документооборота. 11. Форматы документов. 12. Регламент актуализации Положения. Приложения. Альбом форматов документов управленческого учета |
| Положение об организационной структуре | 1. Общие положения. 2. Область применения. 3. Определения. 4. Описание основных видов деятельности. 5. Функциональная структура. 6. Организационная структура. 7. Организационно-функциональная структура. 8. Ключевые компетенции руководителей предприятия. 9. Регламент актуализации Положения. Приложения. Схема организационной структуры |
| Управленческий план счетов | 1. Общие положения. 2. Определения. 3. План счетов. 4. Инструкция с описанием группировок. Альбом типовых проводок |
| Классификаторы системы управленческого учета | 1. Общие положения. 2. Определения. 3. Классификационные группировки. 4. Описание классификационных группировок |
| Положения о службах | 1. Общие положения. 2. Структура службы. 3. Задачи. 4. Функции. 5. Права. 6. Взаимоотношения (служебные связи). 7. Ответственность. 8. Регламент актуализации Положения |
| Должностные инструкции (могут быть представлены в виде матриц ответственности с закрепленными функциями) | 1. Общие положения. 2. Должностные обязанности. 3. Права. 4. Ответственность |

В результате предприятие получает пакет документации, который регламентирует управленческий учет.

Таким образом, на примере описания ключевого этапа постановки системы управленческого учета – этапа разработки системы учета – нам удалось, во-первых, решить важ-

нейший методологический вопрос разработки концепции системы управленческого учета, а также методически проработать последовательность и содержание всех шагов этого этапа. Аналогичным образом проработаны и подготовительный, и этап внедрения.

Бухгалтерский учет, анализ и аудит

ТОРГОВАЯ НАДБАВКА В ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКЕ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Н.В. Лофиченко

*Южно-Уральский государственный университет,
г. Челябинск*

Целью деятельности любой торговой организации является получение прибыли через удовлетворение спроса конечных потребителей в товарах и услугах.

Предметом ценовой политики торговой организации является не столько цена товара в целом, сколько один из ее элементов – торговая надбавка. Согласно ГОСТ «Торговля. Термины и определения» торговая надбавка – это элемент цены продавца, позволяющий покрыть издержки обращения торговой организации и получить экономические выгоды.

Именно этот элемент цены торговая организация формирует самостоятельно с учетом уровня цены производителя, условий своей хозяйственной деятельности, конъюнктуры потребительского рынка и других факторов.

Торговая надбавка включает следующие основные элементы: суммы издержек обращения, связанных с реализацией товара; суммы налоговых платежей, входящих в цену товара, (налог на добавленную стоимость, акцизный сбор), суммы прибыли от реализации товаров.

Снижение уровня издержек обращения может быть обеспечено за счет роста объема продажи товаров, экономии их за счет внутренних резервов и других направлений хозяйственной деятельности. Снижение уровня и суммы налоговых платежей, входящих в цену товара, может быть обеспечено за счет осуществления более эффективной налоговой политики (более полного использования системы налоговых льгот), совершенствования ассортиментной политики организации, отказа от импорта ряда товаров и других мероприятий. Снижение уровня указанных элементов в цене товаров позволяет формировать в рамках диапазона торговой надбавки более высокий размер прибыли, т.е. осуществлять более эффективную ценовую политику.

С учетом рассмотренных предпосылок можно сформулировать основные принципы

формирования ценовой политики торговой организации:

- обеспечение увязки ценовой политики с общей стратегией торговой организации и основными целями развития товарооборота;
- обеспечение увязки ценовой политики организации с конъюнктурой потребительского рынка и особенностями избранной рыночной ниши;
- обеспечение увязки ценовой политики организации с типами пунктов розничной продажи товаров;
- обеспечение комплексности подхода уровня торговой надбавки на товар в сочетании с уровнем торгового обслуживания покупателей;
- осуществление активной ценовой политики на рынке;
- обеспечение высокого динамизма ценовой политики.

Конкуренция является одним из внешних факторов, оказывающих влияние на формирование уровня торговой надбавки. Стремясь поддерживать цены на более низком уровне, чем у конкурентов, организации торговли устанавливают такой уровень торговых надбавок при возможном режиме экономии издержек обращения, чтобы возместить расходы и иметь возможность получить прибыль.

Базой формирования уровня торговой надбавки служит уровень цен приобретения товара. Несмотря на существующую взаимосвязь, уровень торговой надбавки далеко не всегда определяет уровень цены на товар. Так, при низком уровне цены производителя может быть сформирован высокий уровень торговой надбавки, и наоборот.

При оценке сложившегося уровня торговой надбавки основной целью является определение того минимального уровня, ниже которого она не может быть установлена исходя из требования самоокупаемости процесса продажи товаров.

Корректировка торговой надбавки может носить характер запланированных и незапланированных отклонений от расчетного уровня торговой надбавки в сторону его уменьшения или увеличения.

Запланированное уменьшение уровня торговой надбавки может регулироваться системой заранее обусловленных скидок с розничной цены товара, предоставляемых: на покупку определенного количества конкретного товара; на определенный суммарный объем покупки товаров; постоянным покупателям, имеющим специальную фирменную карточку магазина.

В бухгалтерском учете скидки при приобретении товаров в определенном количестве и на установленную сумму отражают одинаковыми записями непосредственно в момент их предоставления, когда покупателем выполнены условия договора.

Запланированное увеличение уровня торговой надбавки может регулироваться системой заранее обусловленных размеров увеличения розничной цены товаров: при предоставлении связанных с их покупкой дополнительных торговых услуг; при продаже товаров в ночное время, в праздничные дни и в других аналогичных случаях.

Незапланированное отклонение от расчетного уровня торговой надбавки может вызываться изменением конъюнктуры рынка (общим снижением или повышением цен на данной товар); изменением ставок налогообложения торговой деятельности; изменением условий хозяйствования (вызвавшим снижение или повышение уровня издержек обращения) и другими причинами.

Механизм такой корректировки расчетного уровня торговой надбавки должен быть разработан на предприятии в процессе формирования ценовой политики и закреплён в приказе по учетной политике организации.

Выбор модели расчета уровня торговой надбавки определяется конкретным целевым ориентиром, избранным для осуществления ценовой политики по определенной группе (подгруппе, виду) товаров:

– ценовая политика ориентирована на покупателя: базовым элементом расчета уровня торговой надбавки является уровень цены товара, приемлемый для соответствующих категорий покупателей;

– ценовая политика ориентирована на текущие затраты: базовым элементом расчета уровня торговой надбавки является сумма из-

держек обращения, приходящаяся на единицу реализуемого товара;

– ценовая политика ориентирована на прибыль: базовым элементом расчета уровня торговой надбавки является целевой уровень рентабельности издержек обращения (определяемый отношением целевой суммы прибыли к плановой сумме издержек обращения предприятия).

Цена любого товара, предназначенного для перепродажи, устанавливается таким образом, чтобы торговая организация могла покрыть расходы на продажу и получить прибыль от своей деятельности. Следовательно, цена на товар должна определяться по формуле

$$\frac{\text{Продажная (розничная)}}{\text{цена товара}} = \frac{\text{Покупная}}{\text{цена товара}} + \frac{\text{Торговая}}{\text{надбавка}}$$

Оптовая (продажная) цена складывается из цены предприятия-изготовителя и надбавки в пользу сбытовой организации для покрытия сбытовых расходов и получения прибыли. Оптовая (продажная) цена есть договорная цена – цена, устанавливаемая соглашением сторон. Порядок применения договорных цен регулируется гражданским законодательством. Согласно статье 424 Гражданского кодекса РФ (далее – ГК РФ) изменение цены после заключения договора допускается в случаях и на условиях, предусмотренных договором или законом.

Статья 485 ГК РФ устанавливает обязанность покупателя оплатить товар по цене, предусмотренной договором. Если цена договором не предусмотрена и не может быть определена исходя из его условий, то цена определяется в соответствии с пунктом 3 статьи 424 ГК РФ, то есть она устанавливается на уровне цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные товары.

Если цена в договоре установлена в зависимости от веса товара, то считается, что она определяется по весу нетто (если нет специальной оговорки в договоре). Данная норма содержится в пункте 2 статьи 485 ГК РФ.

Договор купли-продажи может предусматривать изменение цены в результате изменения показателей, формирующих структуру цены (себестоимость, расходы на продажу, прибыль, косвенные налоги и т.п.). В таком случае в договоре должен быть определен

способ пересмотра цены. Если же этого нет, то надо следовать норме пункта 3 статьи 485 ГК РФ: цена определяется исходя из соотношения перечисленных показателей на момент заключения договора и на момент передачи товара.

В бухгалтерском учете оптовой организации торговая надбавка отдельно на счете не отражается. Реализованную оптовую торговую надбавку определяют расчетным путем: из продажной цены (без НДС) вычитают покупную цену товара по формуле:

$$\frac{\text{Продажная (розничная)} \\ \text{цена товара}}{\frac{\text{Покупная} \\ \text{цена товара}}{\text{Торговая} \\ \text{надбавка}}}$$

Розничная цена включает в себя покупную цену и надбавку для покрытия торговых расходов розничной торговой организации и получения прибыли. В бухгалтерском учете торговая надбавка отражается на счете 42 «Торговая наценка». При использовании в учете продажных (розничных) цен реализованную торговую надбавку – показатель валового дохода торговли (ВДТ) – можно определять по-разному. Отраслевыми методическими рекомендациями установлены следующие способы расчета ВДТ: на основе общего товарооборота, по среднему проценту, по ассортименту товарооборота, по ассортименту товарного остатка.

Исчисление ВДТ на основе общего товарооборота возможно к применению в тех случаях, когда на все товары установлен один процент (уровень) торговой надбавки, не изменяющийся в течение всего учетного периода. Если уровень торговой надбавки в учетном периоде меняется, то возникает необходимость расчета частных товарооборотов по каждому периоду. Прежде всего, рассчитывается мультипликатор (обратная ставка) торговой надбавки по формуле

$$\text{ТНр} = \text{ТН} : (100 + \text{ТН}),$$

где ТНр – расчетная торговая надбавка; ТН – торговая надбавка.

Затем определяется сумма ВДТ за период, как произведение показателя товарооборота и исчисленного мультипликатора по формуле

$$\text{ВДТ} = \text{ТО} \times \text{ТНр} : 100,$$

где ВДТ – валовой доход торговли; ТО – товарооборот в учетном периоде.

В основе расчета ВДТ по среднему проценту лежит исчисление средней торговой надбавки по реализованным в учетном перио-

де товарам. Расчет прост, но не точен. Отсюда полученный по данному методу ВДТ, как правило, больше или меньше фактического. Предварительно рассчитывается средняя торговая надбавка по формуле

$$\text{ТНс} = (\text{ТНн} + \text{ТНп} - \text{ТНв}) / (\text{ТО} + \text{О} + \text{К}) \times 100,$$

где ТНс – средняя торговая надбавка; ТНн – торговая надбавка по остатку товаров на начало учетного периода; ТНп – торговая надбавка по товарам, поступившим за учетный период; ТНв – торговая надбавка по товарам, выбывшим (кроме продажи) за учетный период; ТО – товарооборот в учетном периоде; О – остаток товаров на конец учетного периода; К – остаток задолженности покупателей за товары, проданные в кредит.

На основе исчисленного показателя средней торговой надбавки определяется показатель торговой надбавки по остатку товара к концу отчетного периода

$$\text{ТНк} = (\text{ТНс} \times \text{О}) / 100,$$

где ТНк – торговая надбавка по остатку товаров в конце учетного периода.

Затем рассчитывается показатель ВДТ по формуле

$$\text{ВДТ} = \text{ТНн} + \text{ТНп} - \text{ТНв} - \text{ТНк}.$$

Способ расчета валового дохода торговли по ассортименту товарооборота применяется в тех организациях торговли, где устанавливаются разные размеры торговых надбавок по различным группам товаров при незначительном их (товаров) ассортименте. При этом необходим отдельный учет товаров с разным уровнем торговой надбавки. ВДТ определяют по формуле

$$\text{ВДТ} = \text{ТО1} \times \text{ТНр1} + \text{ТО2} \times \text{ТНр2} + \dots + \text{ТОп} \times \text{ТНрп} / 100,$$

где ТО – товарооборот в учетном периоде; ТНр – расчетная торговая надбавка; 1, 2, ... п – группы товаров с различным уровнем торговой надбавки.

Расчет валового дохода торговли по ассортименту остатка товаров – это метод, позволяющий определить наиболее точно сумму реализованной торговой надбавки. Однако он более трудоемкий, поскольку его применение требует проведения инвентаризации товарных остатков на конец каждого учетного периода. Исчисленная в результате инвентаризации сумма торговых надбавок на остаток товаров вычитается из показателей счета 42 «Торговая наценка». ВДТ определяют по формуле

$$\text{ВДТ} = \text{ТНн} + \text{ТНп} - \text{ТНв} - \text{ТНк},$$

где ТНн – торговая надбавка по остатку товаров на начало учетного периода; ТНп – торго-

вая надбавка по товарам, поступившим за учетный период; ТНв – торговая надбавка по товарам, выбывшим (кроме продажи) за учетный период; ТНк – торговая надбавка по остатку товаров в конце учетного периода.

Возможно исчисление валового дохода торговли способом сплошной идентификации при применении кассовых аппаратов со считывающим информацию штрих-кодов устройством и соответствующего программного продукта.

Исчисленная одним из перечисленных методов сумма валового дохода торговли отражается на счетах способом «красное сторно» следующим образом:

Д90/2-----К42 – списана сумма реализованной торговой надбавки учетного периода.

Рынок товаров – это сфера обращения этих товаров, определяемая исходя из возможности покупателя (продавца) реально и без значительных дополнительных затрат приобрести (продать) товар на ближайшей по отношению к покупателю (продавцу) территории Российской Федерации или за пределами Российской Федерации.

Вопрос правильного определения цены очень важен для торговой организации. Во-первых, от этого зависит финансовое состояние организации: сможет ли она покрыть свои расходы и получить прибыль, продавая товары по установленным ценам. Во-вторых, уровень цен в торговой организации в определенных случаях является предметом контроля налоговой инспекции.

В пункте 2 статьи 40 НК РФ приведен перечень сведений, когда налоговые органы вправе контролировать правильность цены на товар. Это может быть в случаях, когда:

- сделка заключена между взаимозависимыми лицами;
- сделка является товарообменной (бартерной) операцией;
- сделка является внешнеторговой;

– имели место отклонения более чем на 20 процентов в сторону повышения или понижения уровня цен, применяемых налогоплательщиком (продавцом товара) по идентичным (однородным) товарам в пределах непродолжительного периода времени. Указанные отклонения определяются по формуле

$$\frac{\text{Рыночная цена} - \text{Цена сделки}}{\text{Рыночная цена}} \times 100\%.$$

Указанное соотношение не должно превышать 20%.

При этом не рассматриваются случаи, когда снижение цен вызвано следующими факторами:

- сезонными и иными колебаниями потребительского спроса на товары;
- потерей товарами качества или иных потребительских свойств;
- истечением (приближением даты истечения) сроков годности или реализации товаров;
- маркетинговой политикой (в том числе при продвижении на рынки новых товаров, не имеющих аналогов; при продвижении товаров на новые рынки);
- продажей опытных моделей и образцов товаров в целях ознакомления с ними потребителей.

Особенность определения финансового результата в торговых (снабженческо-сбытовых) организациях состоит в предварительном исчислении валового дохода. Для определения финансового результата торгового предприятия из суммы его валового дохода вычитается величина издержек обращения, относящаяся к реализованным товарам.

Метод определения выручки от реализации продукции (работ, услуг) устанавливается предприятием на длительный срок, исходя из условий хозяйствования и заключаемых договоров. Он фиксируется в учетной политике предприятия.

Управление социально-экономическими системами

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО ПОВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

А.В. Карпушкина, Ю.А. Балдина

*Южно-Уральский государственный университет,
г. Челябинск*

Представить экономику любого развитого государства, будь то Соединенные Штаты Америки, Франция или Япония, без концепции социально ответственного поведения бизнеса, разработанной с учетом данной концепции законов и четкого им следования, просто невозможно. В тоже время и в России сложились необходимые условия для создания качественных форм и механизмов корпоративной социальной ответственности: корпоративная социальная ответственность становится полноценной частью стратегии бизнеса, совершенствуются и развиваются не только институциональные основы, но и рабочие процессы практической реализации социальной активности. Концепция социально ответственного поведения бизнеса реализуется путем добровольного вклада частного сектора в общественное развитие через механизм социальных инвестиций.

В последние годы ряд крупных отечественных компаний и общественных организаций активно выступает по вопросу социально ответственного поведения бизнеса: Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП), Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Ассоциация менеджеров, Деловая Россия и другие. Например, Ассоциация менеджеров реализует всероссийскую инициативу «Социальная программа российского бизнеса», направленную «на предоставление и продвижение передовой роли, а также общественной значимости социально ответственных компаний в деловом сообществе, властных структурах и общественных кругах» [1].

Исторически идея социальной ответственности бизнеса выросла из профсоюзного движения, активно развернувшегося в Европе и США еще в XIX веке, и ставшей тогда же популярной благотворительности. Первым человеком, который серьезно занялся темой

ответственности менеджмента – не как института, а как совокупности отдельных личностей, использующих людские и иные ресурсы для достижения корпоративных целей, – был англичанин Роберт Оуэн (1771–1858). В начале 1810 г. он разработал филантропический план улучшения условий жизни рабочих.

Доктрина капиталистической благотворительности, согласно которой прибыльные организации должны жертвовать часть своих средств на благо общества, была рассмотрена сталелитейным магнатом Эндрю Карнеги в работе «Евангелие процветания», опубликованной в 1899 г. Первые акции такого рода заложили основу подхода, который до сих пор является объектом споров.

На сегодняшний день существует много трактовок того, чем же именно является корпоративная социальная ответственность и что входит в это понятие. Термин «корпоративная социальная ответственность» уникален тем, что он имеет определенное значение, но понимание его не всегда однозначно. С западных позиций эта тема в большинстве случаев рассматривается через призму устойчивого развития. Европейская Комиссия в своих документах опирается на самое широкое ее определение: «Корпоративная социальная ответственность, по своей сути, является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и защите окружающей среды». В июле 2001 года Еврокомиссия представила на рассмотрение «Зеленую книгу», озаглавленную «Развивать европейскую правовую базу для корпоративной социальной ответственности». Целью документа было, во-первых, обсудить концепцию корпоративной социальной ответственности, во-вторых, осмыслить объединения европейских стран вокруг развития корпоративной социальной политики [2].

Согласно определению Ассоциации Менеджеров, корпоративная социальная ответственность бизнеса – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума [3].

Раскрывая методологические подходы к определению сущности социальной ответственности, важно выделить основные характеристики и компоненты этого понятия. Прежде всего, необходимо подчеркнуть, что социальная ответственность, в отличие от юридической, в идеале всегда предполагает своего рода добровольный отклик на конкретные проблемы, возникающие в системе взаимоотношения бизнеса и всех групп его соучастников. Е.Р. Ляховецкая дает следующее определение социальной ответственности: «это добровольная обязанность бизнесменов проводить такую политику, принимать такие решения и следовать таким направлениям деятельности, которые желательны с точки зрения ценности общества. Иными словами, это своеобразный договор между предпринимателями, населением и государством, цель которого – способствовать благо всего общества» [4].

А. Смит в свое время сформулировал основные принципы либеральной экономики. Цель капитала – максимизация прибыли, капитал не действует в общих интересах, его интересуется только собственная устойчивость. Но, поступая так, капитал ведом «невидимой рукой» к реализации цели, которую он сам перед собой не ставил. Таким образом, преследуя свой частный интерес, капитал служит всеобщему интересу эффективнее, чем те, кто прямо заявляют о намерении служить этому интересу.

Концепция социальной ответственности бизнеса порывает с этим классическим либеральным подходом. Действительно, предприятия все больше и больше осознают, что условия для экономического успеха и повышения благосостояния акционеров уже не связаны только с максимизацией краткосрочной прибыли, но, напротив, требуют поведения, основанного на ответственности более широкого понимания. Корпорации и предприятия начинают понимать, что могут внести свой вклад в долговременное развитие, если будут вести свою деятельность, имея целью, с одной стороны, ускорение экономического роста и повышение конкурентоспособности, а с дру-

гой стороны, обеспечение защиты окружающей среды и проявление собственной социальной ответственности, включая удовлетворение интересов потребителей.

В тоже время далеко не все ученые и представители бизнеса согласны с подобной точкой зрения. Чего стоят категоричные высказывания М. Фридмана в знаменитой статье «Социальная ответственность бизнеса состоит в увеличении прибыли», опубликованной в «New York Times»: «Немногие тенденции способны столь же сильно подорвать основы свободного общества, как принятие руководителями корпораций другой социальной ответственности, кроме обязанности зарабатывать как можно больше денег для своих акционеров. Это принципиально вредная доктрина». Ученый института экономических исследований в Лондоне Дэвид Хендерсон в одном из номеров журнала «Бизнес&Общество» высказал мнение, что понятие «социальная ответственность бизнеса» представляет собой тревожное явление, поскольку сама идея противоречит цели устойчивого развития вследствие роста неоправданных издержек на содержание «ожиданий общества». Сама проблема концепции социальной ответственности, по его мнению, не только в том, что она базируется на сомнительных и ложных допущениях, но и в том, что ее применение сделает людей и общество в целом существенно беднее [5].

В целом аргументы «за» и «против» социальной ответственности представлены в табл. 1.

Еще одним предметом спора является выгода социальной ответственности. И здесь также есть два крайних подхода. Одни исследователи утверждают, что, как и любые виды инвестиций, социальные инвестиции также должны иметь экономический эффект, выраженный через определенные показатели. Другие, наоборот, утверждают, что добро и «действия во благо» не должны иметь никакой коммерческой подоплеки, просто потому, что добро должно быть бескорыстным.

В любом случае даже они признают, что финансовые показатели не должны существенно пострадать, поскольку большинство инвесторов уделяет внимание финансовым показателям, а не социальным программам. Именно поэтому, с точки зрения аналитиков, очень важно установить связь между прибылью и социальной ответственностью.

Аргументы «за» и «против» социальной ответственности

| Аргументы в пользу социальной ответственности | Аргументы против социальной ответственности |
|--|--|
| 1. Благоприятные для бизнеса долгосрочные перспективы. В обществе более благополучном, с социальной точки зрения, благоприятнее условия для бизнеса | 1. Нарушение принципа максимизации прибыли. Направление части ресурсов на социальные нужды снижает влияние принципа максимизации прибыли |
| 2. Изменение потребностей и ожиданий широкой публики. Чтобы сузить разногласия между новыми ожиданиями и реальными откликами предприятий, их вовлеченность в решение социальных проблем становится и ожидаемой и необходимой | 2. Расходы на социальную вовлеченность. Средства, направляемые на социальные нужды, являются для предприятия издержками, за которые, в конечном счете, платят потребители. Должны ли фирмы, выходящие на международный рынок, нести ответственность за население других стран? |
| 3. Наличие ресурсов для оказания помощи в решении социальных проблем | 3. Недостаточный уровень отчетности широкой публике. Рыночная система хорошо контролирует экономические показатели предприятия и плохо – их социальную вовлеченность |
| 4. Моральное обязательство вести себя социально ответственно | 4. Недостаток умения разрешать социальные проблемы. Персонал любого предприятия больше разбирается в той сфере, где работает, а не в социальных проблемах общества |

В настоящее время появляется все больше инструментов измерения социально ответственного поведения бизнеса, включая:

- сети обмена опытом по наиболее эффективным методам организации деятельности;
- опросы;
- сравнительный анализ;
- процедуры аккредитации;
- службы социального анализа и рейтинговые системы;
- специфичные для конкретной ситуации оценки проектов;
- расширенные системы анализа.

Проводятся активные разработки как в области оценки стоимости компании для акционеров, так и «социальной прибавочной стоимости» бизнес-организаций. Наиболее распространенными являются система сравнительного анализа «Сбалансированная карта оценок» (Balanced Scorecard) и система расширенного анализа «Тройной итог» (Triple Bottom Line)

Основанная в 1994 году «Лондонской группой сравнительного анализа» (London Benchmarking Group) модель «сбалансированной карты оценок» базировалась на определении следующих понятий:

- благотворительность;
- вклад в местное сообщество;
- коммерческая инициатива;
- основные виды деловой активности.

Данная модель исходит из того, что вся социально-значимая деятельность компании

является дополнительной к ее основной деятельности.

Метод «сбалансированной карты оценок» (the Balanced Scorecard) является эффективным для компаний, испытывающих потребность в количественной оценке и управлении как ценностью компании для акционеров, так и ее социальной ценностью. Метод представляет собой модель оценки эффективности, основанную на комбинации финансовых показателей предыдущей деятельности и оценке мотивов для дальнейшей работы. Модель основана на учете четырех основных факторов:

- финансовые показатели;
- отношения с клиентами;
- внутренние бизнес-процессы;
- инновации и обучение.

Метод позволяет достичь баланса между краткосрочными и долгосрочными целями компании и баланса между финансовыми и нематериальными критериями оценки. Сейчас этот метод уже используется некоторыми компаниями, одной из которых является Citibank, в 1997 году включивший оценку социальной ценности корпоративной деятельности в свою систему отчетности.

Метод «тройного итога» (the Triple Bottom Line) был разработан британской консультационно-аналитической организацией SustainAbility, впервые выдвинувшей концепцию «тройного итога», учитывающую следующие три фактора:

- экономические результаты деятельности;

- экологические результаты деятельности;
- социальные результаты деятельности.

Используя инструменты измерения полной чистой ценности деятельности, становится возможным дать количественную оценку пользы или ущерба окружающей среде. Например, возможно соотнести объем прибыли с объемом эксплуатации природных ресурсов. Возможно также оценить социальный вклад деятельности посредством определения объема полученных или бесполезно израсходованных знаний и навыков, или через разработку инструментов количественной оценки социального капитала, включающего в себя такие аспекты, как уровень взаимного доверия и взаимопомощи участников социума [6].

Методика оценки количественного индекса социальной ответственности, разработанная экспертами Ассоциации менеджеров, базируется на анализе общепризнанных международных показателей с тем лишь исключением, что в качестве данных используются не конкретные количественные индикаторы, а их интервальные значения. В связи с этим российская методика индекса социальных инвестиций опирается на интервальные значения финансовых показателей, когда компании-респонденты указывают лишь нижний и верхний интервалы соответствующих показателей. Для перехода от интервальных значений финансовых индикаторов к точечным в методике используется дополнительная процедура усреднения, в соответствии с которой искомое значение находится в середине идентифицированного интервала.

В качестве инструмента измерения социальной ответственности предприятий экспертами Ассоциации менеджеров предлагается расчет системы индексов социально ответственного поведения бизнеса, который позволяет количественно определить объем социальных инвестиций предприятий, их структуру по направлениям использования (параметры оценки социальных инвестиций), их дифференциацию по отраслевой принадлежности предприятий, а также оценить социальную активность бизнеса в динамике.

Система содержит расчет трех индексов объемов социальных инвестиций (с подиндексами в отраслевом разрезе и по группам предприятий – малый, средний и крупный бизнес) и трех индексов, отражающих уровень комплексности социальной деятельности компаний.

Предлагаемые индексы имеют следующие характеристики:

- 1) список индекса;
- 2) параметры оценки социальных инвестиций;
- 3) метод усреднения.

Список индекса, т. е. перечень предприятий, входящих в расчет индекса, должен отражать три отраслевых кластера: сырьевой сектор, перерабатывающий сектор и сферу услуг. При расчете подиндексов список индекса формируется, исходя из типа определяемого показателя.

В качестве данных (параметров оценки) выступают финансовые показатели предприятия, относящиеся к основному виду деятельности, в том числе обязательства предприятия по налогам и сборам, и данные по объему инвестиций в социальную сферу, которые являются их добровольной инициативой.

Существенным недостатком данной методики, по мнению авторов, является следующее: согласно определению, «корпоративная социальная ответственность» является именно добровольным вкладом бизнеса в развитие местного сообщества, предложенные же Ассоциацией менеджеров критерии для оценки количественного индекса социальных инвестиций содержат ряд показателей, которые обязательны к исполнению согласно законодательству РФ. Таким образом, с учетом данного замечания параметры оценки социальных инвестиций мы предлагаем условно разделить на две подгруппы:

- 1) показатели, учитывающие обязательные требования законодательства;
- 2) показатели, учитывающие выделение средств сверх обязательных норм (добровольная инициатива).

Более подробно необходимые для расчетов данные представлены в табл. 2.

Дополнительные данные, необходимые для исследования:

- валовой доход;
- балансовая прибыль;
- среднесписочная численность работников;
- величина налоговых выплат.

Индексы объемов социальных инвестиций условно можно разделить на две группы:

- количественные индексы, дающие представление об объемах социальных инвестиций как отдельно взятого предприятия, так по всем предприятиям в целом. При этом

Таблица 2

Параметры оценки социальных инвестиций

| Направление социальных инвестиций | Название показателя | Требования законодательства | Добровольная инициатива |
|---|--|--|--|
| 1. Развитие персонала | 1.1. Объем средств, выделенных организацией на обучение персонала | Объем средств, выделенных организацией на обучение персонала, в связи с требованиями законодательства (уровень квалификации персонала по требованиям органов лицензирования, аттестации) | Объем средств, выделенных организацией на обучение персонала, сверх требуемых норм |
| | 1.2. Объем средств, выделенных предприятием на предоставление социального пакета и премиальные выплаты персоналу | Объем средств, выделенных предприятием на предоставление социального пакета | Объем премиальных выплат персоналу организации |
| | 1.3. Средний уровень заработной платы персонала | Соотношение среднего уровня заработной платы персонала с МРОТ | Соотношение среднего уровня заработной платы персонала предприятия с аналогичным показателем по отрасли |
| | 1.4. Количество работников, прошедших обучение | Соответствие данного показателя законодательным нормам и квалификационным требованиям | Количество работников, прошедших обучение сверх требуемых норм |
| 2. Охрана здоровья и безопасные условия труда | 2.1. Объем средств, выделенных организацией на охрану труда и технику безопасности | Объем средств, выделенных организацией на охрану руда и технику безопасности согласно законодательным нормам | Объем средств, выделенных организацией на охрану руда и технику безопасности свыше законодательных норм |
| | 2.2. Объем средств, выделенных организацией на медицинское обслуживание сотрудников | Объем средств, перечисленных предприятием в ФОМС на одного сотрудника | Объем средств, выделенных организацией на медицинское обслуживание сотрудников свыше обязательных выплат |
| | 2.3. Объем средств, выделенных организацией на поддержку материнства и детства | Объем пособий по уходу за ребенком, выделенных организацией | Объем выплат в поддержку материнства и детства свыше обязательных норм |
| | 2.4. Объем средств, выделенных организацией на поддержание санитарно-гигиенических и эргономических условий труда | Объем средств, выделенных организацией на поддержание санитарно-гигиенических и эргономических условий труда по нормативам | Объем средств, выделенных организацией на поддержание санитарно-гигиенических и эргономических условий труда свыше обязательных норм |
| | 2.5. Объем средств, выделенных на санаторно-курортное оздоровление сотрудников предприятия | — | Объем средств, выделенных на санаторно-курортное оздоровление сотрудников предприятия |
| | 2.6. Количество сотрудников, получивших путевки в дома отдыха, санатории, профилактории и т.п. за счет организации | — | Количество сотрудников, получивших путевки в дома отдыха, санатории, профилактории и т.п. за счет организации |

Продолжение табл. 2

| Направление социальных инвестиций | Название показателя | Требования законодательства | Добровольная инициатива |
|---|---|---|---|
| 3. Социально ответственная реструктуризация | 3.1. Объем средств, выделенных организацией на переобучение сотрудников | — | Объем средств, выделенных организацией на переобучение сотрудников |
| | 3.2. Объем средств, выделенных организацией на содействие трудоустройству высвобождаемых сотрудников | — | Объем средств, выделенных организацией на содействие трудоустройству высвобождаемых сотрудников |
| | 3.3. Объем средств, выделенных организацией на выходные пособия | Объем средств, выделенных организацией на выходные пособия на одного уволенного | — |
| | 3.4. Количество переподготовленных сотрудников | — | Количество переподготовленных сотрудников |
| 4. Природоохранная деятельность и ресурсосбережение | 4.1. Объем средств, выделенных организацией на организацию экологически безопасного производственного процесса | Объем средств по нормативам, выделенных организацией на организацию экологически безопасного производственного процесса | Объем сверх нормативных средств, выделенных организацией на организацию экологически безопасного производственного процесса |
| | 4.2. Объем средств, выделенных организацией на возведение очистных сооружений | Объем средств, выделенных организацией на возведение очистных сооружений | — |
| | 4.3. Объем средств, выделенных организацией на проведение акций по озеленению и прочих мероприятий | — | Объем средств, выделенных организацией на проведение акций по озеленению и прочих мероприятий |
| | 4.4. Количество проведенных акций по озеленению, «субботников» и прочих аналогичных мероприятий | — | Количество проведенных акций по озеленению, «субботников» и прочих аналогичных мероприятий |
| 5. Развитие местного сообщества | 5.1. Объем средств, выплаченных предприятием в бюджеты всех уровней | Объем средств, выплаченных предприятием в бюджеты всех уровней | — |
| | 5.2. Объем средств, выделенных организацией на проведение программ и акций поддержки социально незащищенных слоев населения | — | Объем средств, выделенных организацией на проведение программ и акций поддержки социально незащищенных слоев населения |
| | 5.3. Объем средств, выделенных организацией на поддержку детства и юношества | — | Объем средств, выделенных организацией на поддержку детства и юношества |
| | 5.4. Объем средств, выделенных организацией на поддержку ЖКХ, объектов культурно-исторического значения | — | Объем средств, выделенных организацией на поддержку ЖКХ, объектов культурно-исторического значения |

| Направление социальных инвестиций | Название показателя | Требования законодательства | Добровольная инициатива |
|------------------------------------|--|-----------------------------|---|
| | 5.5. Объем средств, выделенных организацией на спонсирование местных, культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий | — | Объем средств, выделенных организацией на спонсирование местных, культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий |
| | 5.6. Объем средств, выделенных организацией на участие в благотворительных акциях | — | Объем средств, выделенных организацией на участие в благотворительных акциях |
| | 5.7. Количество людей, получивших в той или иной форме помощь от организации | — | Количество людей, получивших в той или иной форме помощь от организации |
| 6. Добросовестная деловая практика | 6.1. Объем средств, выделенных организацией на обучение поставщиков, бизнес-партнеров и прочих заинтересованных в деятельности организации сторон | — | Объем средств, выделенных организацией на обучение поставщиков, бизнес-партнеров и прочих заинтересованных в деятельности организации сторон |
| | 6.2. Объем средств, выделенных организацией на проведение программ содействия малому бизнесу | — | Объем средств, выделенных организацией на проведение программ содействия малому бизнесу |
| | 6.3. Объем средств, выделенных организацией на публикацию информации об организации для бизнес-партнеров, клиентов и прочих заинтересованных в деятельности организации сторон | — | Объем средств, выделенных организацией на публикацию информации об организации для бизнес-партнеров, клиентов и прочих заинтересованных в деятельности организации сторон |

можно выделить абсолютные показатели (индекс объема социальных инвестиций на одного работника), единица измерения которого выражается в рублях, а также относительные индексы в процентах;

– качественные индексы, которые призваны оценить степень комплексности и полноты социальных инвестиций.

Индекс объема социальных инвестиций в расчете на одного работника определяется как сумма индексов социальных инвестиций в расчете на одного работника по обязательным и добровольным затратам на социальные программы. Индекс объема социальных инвестиций в расчете на одного работника дает количественную оценку социальной активности предприятий по вышеперечисленным пара-

метрам (см. табл. 2). При этом определяется как сводный индекс по всем предприятиям, участвующим в исследовании, так и подотраслевые аналогичные индексы. Возможен расчет данного индекса по малым, средним и крупным предприятиям.

При необходимости проведения межвременных сравнений индекс объема социальных инвестиций может дефлироваться путем домножения на соответствующие коэффициенты роста цен; в случае межстрановых сравнений указанные индексы могут переоцениваться в других видах валют путем домножения либо на валютный курс, либо на паритет покупательной способности.

Индекс социальных инвестиций в общем объеме продаж компании находится как сум-

ма индексов социальных инвестиций в общем объеме продаж по добровольным и обязательным выплатам.

Индексы уровня комплексности социальной ответственности призваны учесть факт наличия или отсутствия критериальных параметров у исследуемых организаций.

Они подразделяются на следующие виды.

1. Индекс уровня комплексности социальных инвестиций для отдельного предприятия.

2. Индекс присутствия параметра в списке индекса (определяет приоритетность социальных инвестиций).

3. Интегральный показатель уровня комплексности социально ответственного поведения бизнеса (объединяет два вышеизложенных показателя и позволяет учесть и полноту параметров оценки социальной ответственности и их частотность в списке индекса (приоритетность социальных инвестиций)).

Все три показателя пронормированы и могут принимать значения от 0 до 100 %. Чем больше значение индекса, тем целостнее социальная политика компаний.

Сравнение данных индексов для разных компаний позволяет определить лидеров и аутсайдеров по показателю комплексности организации процесса социального инвестирования. Сравнение индексов для разных признаков позволяет выявить соответствующие «узкие места», т.е. те признаки, которые

представляют для компаний наибольшую проблему.

На наш взгляд, целесообразным является расчет данных индексов за ряд периодов (лет), что позволит судить о динамике социальной активности бизнеса и послужит базой для принятия решений о формах и методах взаимодействия бизнеса и власти.

Литература

1. Социальная ответственность компании: практическая польза для бизнеса. Методическое руководство. – М., 2002. – С. 2.

2. Корпоративная социальная ответственность: Вклад бизнеса в устойчивое развитие (документ Еврокомиссии) // Реф. бюл. «Государственная служба за рубежом. Социальная ответственность бизнеса» / под ред. Г.И. Иванова. – М.: Издательство РАГС. – 2004. – № 4. – С. 6.

3. Доклад о социальных инвестициях в России в 2004 г. Роль бизнеса в общественном развитии. Ассоциация менеджеров. – М., 2004.

4. Ляховецкая, Е.Р. Социальная ответственность бизнес-функция корпоративного управления / Е.Р. Ляховецкая: диссертация. Специальность 08.00.05. – М., 2002.

5. Хендерсон, Д. Нужна ли бизнесу социальная ответственность? / Дэвид Хендерсон // Информационно аналитический журнал «Бизнес & Общество». – 2003. – № 15. – С. 24.

6. Симпсон, С. Социальное измерение в бизнесе: бизнес, общество, власть / С. Симпсон, С. Туркин. – М.: Некоммерч. партнерство «Социальные инвестиции», 2001.

Предпринимательская деятельность

СПЕЦИФИКА ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА УНИКАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Ершова И.В., Минеева Т.А.

Уральский государственный технический университет – УПИ,
г. Екатеринбург

Термин «уникальная продукция», часто используемый в рекламных проспектах, с одной стороны, отражает основную тенденцию сервисной экономики, с другой, не имеет устойчивого определения в теории.

Наиболее близкими к понятию «уникальная продукция» являются «единичная продукция» и «новая продукция». Понятие «единичная продукция» связано со спецификой производства продукции и отражает только технологические особенности процесса. Понятие «новая продукция» связано с другой точкой зрения на продукт – новые потребности или новое видение на их удовлетворение.

На основании данных понятий **уникальную продукцию** можно определить как **новую (или модифицированную) продукцию, производимую в единственном экземпляре для конкретного потребителя.**

Главными особенностями уникальной продукции являются следующие.

1. Продукция предназначена для уникальной потребности или метода ее удовлетворения, это связано с индивидуальными особенностями потребителя.

2. Разрабатывается и создается товар в одном экземпляре. Следовательно, производство должно быть достаточно гибким, чтобы изменяться для каждого потребителя (потребности) и обладает большим научным потенциалом для создания разной продукции.

В основе описания продукции лежит понятие жизненного цикла (ЖЦ). Для уникальной продукции рассматриваются следующие этапы: появление потребности, создание проекта, производство, продажа, эксплуатация, утилизация.

Потребитель и производитель смотрят на продукцию с разных позиций, их участие отражается в этапах жизненного цикла товара. Потребитель уникальной продукции сначала осознает потребность, потом ее удовлетворяет и анализирует полученный эффект от ее потребления. Производитель разрабатывает

продукцию и технологию, затем ее производит и реализует. Этапы жизненного цикла разделены по степени участия для потребителя и производителя (рис. 1).

Для оценки продукции серийного типа в литературе предлагаются системы показателей. Наиболее полно они представлены в изданиях ГОСТ. На основании понятия «уникальная продукция» из общего списка были выбраны показатели, позволяющие оценить ее характеристики. На рис. 2 показано распределение выбранных параметров относительно критериев классификации, представленной на рис. 1. В данном распределении видны ошибки, связанные с нарушением принципов системного анализа и требований сбора первичной информации. Благодаря данным ошибкам для уникальной продукции использовать нельзя.

Структурные ошибки:

– отдельные группы не описаны параметрами (требования, показатели эксплуатации, затраты на утилизацию);

– существуют коэффициенты, одинаковые по формулам (коэффициенты стандартизации и технологической преемственности, унификации и конструкторской преемственности).

Информационные ошибки:

– полученные показатели не отражают процесс управления производством и не показывают степень готовности;

– собранные показатели не являются исходными данными для оценки, они содержат уже итоги всего процесса.

Для полного описания уникальной продукции должны быть удовлетворены следующие условия:

– каждый этап ЖЦ должен иметь свою оценку затрат и качества;

– участники процесса – потребитель и производитель – имеют суммарную цену и качество.



Рис. 1. Распределение этапов ЖЦ между потребителем и производителем



Рис. 2. Показатели оценки продукции

Для устранения выявленных недостатков с целью описания уникальной продукции была предложена новая классификация параметров (рис. 3).

Данная структура содержит исходные данные и позволяет рассчитать требуемые показатели для оценки уникальной продукции.

Однако состав и структура информации являются дополнением к описанию процессов на предприятии согласно процессному подходу. Потому далее рассматривается мо-

дель управления разработкой уникальной продукции.

Основой для построения модели являются закономерности системы. На основании понятия «уникальная продукция» была проведена адаптация основных принципов системного анализа для систем вообще. Были использованы принципы работы системы управления, так как они охватывают максимальную область применения и полностью перекрывают остальные. В табл. 1 показаны предлагаемые принципы и общие, являющиеся основой.



Рис. 3. Параметры уникальной продукции

Соответствие общих принципов работы системы управления и принципов для уникальной продукции

Таблица 1

| Принцип для уникальной продукции | Описание | Общий принцип |
|---|--|--|
| Принцип внутренней регламентации | Действия по технологии разработки и создания описываются данными и документами, которые описаны в регламенте процесса | Синергетизм Обособленность Эквивалентность |
| Принцип единства функциональной и процессной организации | Сочетание функциональной структуры предприятия и процессной структуры создания уникальной продукции | Целостность Иерархичность Коммуникативность Мультиплекативность |
| Принцип унификации и стандартизации отдельных составляющих уникальной продукции | Предприятие должно иметь набор элементов типовых технологий и стандартных деталей, на основании которых формируется продукция. При необходимости – разрабатываются оригинальные детали | Необходимого разнообразия Аддитивность Целеобразование |
| Принцип направленности процесса создания уникальной продукции на клиента | Весь процесс производства строится с позиции достижения цели и параметры использования уникальной продукции параметров будущей продукции | Целеобразование Коммуникативность |
| Принцип целостности | Целостность описывает соответствие целей и функций продукции – необходимости и достаточности используемых деталей и технологий | Целостность Интегративность Синергетизм |
| Принцип мобильности процесса управления | Процесс управления должен обеспечивать выпуск уникальной продукции с максимальной эффективностью: – планирование выполнения одного заказа, согласование работ по разным заказам, – контроль операций создания продукции и анализ соответствия заказу | Аддитивность Коммуникативность Необходимого разнообразия |

На основании адаптированных принципов для уникальной продукции выбраны следующие функции: планирование, НИОКР, сбыт, разработка продукции, закупки, производство, финансы, персонал. Данные функции наиболее важны, так как:

- работа с клиентом – индивидуальна и полученный заказ – разовый;
- в общем цикле создания продукции значительное время отведено разработке конструкции и технологии;
- закупки, финансы выступают как обеспечение сырьем, комплектующими и денежными средствами, и проводятся под данный заказ.

На рис. 4 изображено соответствие этапов жизненного цикла уникальной продукции и функций системы управления. Этап появления потребности обеспечивается функцией сбыта, НИОКР и разработкой продукции – создание проекта. Данные этапы включаются в проектную структуру и персональные для каждого проекта. Этап производства включает функции закупки и производство. Они описываются функциональной структурой и выполняются комплексно по сумме проектов. Этап продажи обеспечивается функцией сбыта и тоже является частью проектной структуры.

Применительно к уникальной продукции были проанализированы задачи разработки продукции. Однако данные задачи предполагают существование первого прототипа или

точки отсчета для снижения относительно чего-либо. Если продукция создается совершенствованием, постепенным приближением к необходимому виду изделия, то список задач действительно может не рассматривать первоначального создания. При разработке уникальной продукции данный блок не может быть игнорирован, так как от него зависит насколько долго, затратно и результативно будет проходить процесс. Остальные задачи начинаются со слов «снижение трудоемкости и себестоимости ...», для уникальной продукции это не подходит, так как она создается разово, и нет возможности постоянно повторять процесс и совершенствовать технологию.

Для уникальной продукции предлагаются следующие задачи:

- создание прототипа: разработка концепции продукта, отвечающей требованиям потребителя;
- разработка технологии: детальная разработка конструкции с использованием предыдущего опыта предприятия. Подразумевается, что часть узлов будет стандартна;
- расчет себестоимости: суммируются текущие и возможные затраты предприятия;
- расчет цены: рассчитывается примерная цена договора с учетом себестоимости, цены потребления и возможных выгод потребителя.

На рис. 5 показана последовательность выполнения и взаимосвязи между предлагае-

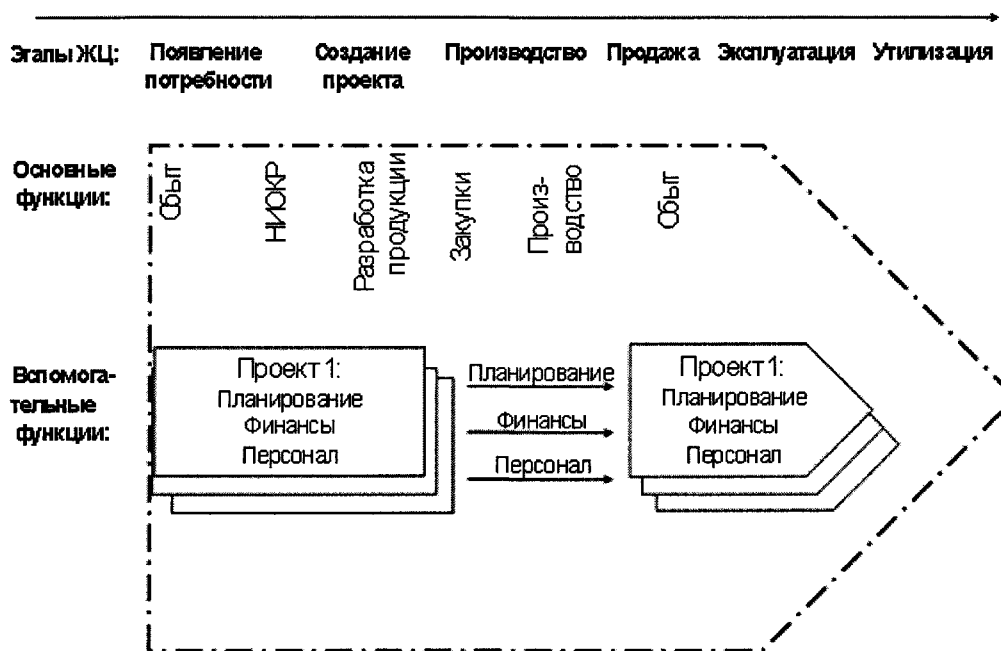


Рис. 4. Соответствие функций и этапов жизненного цикла

Предпринимательская деятельность

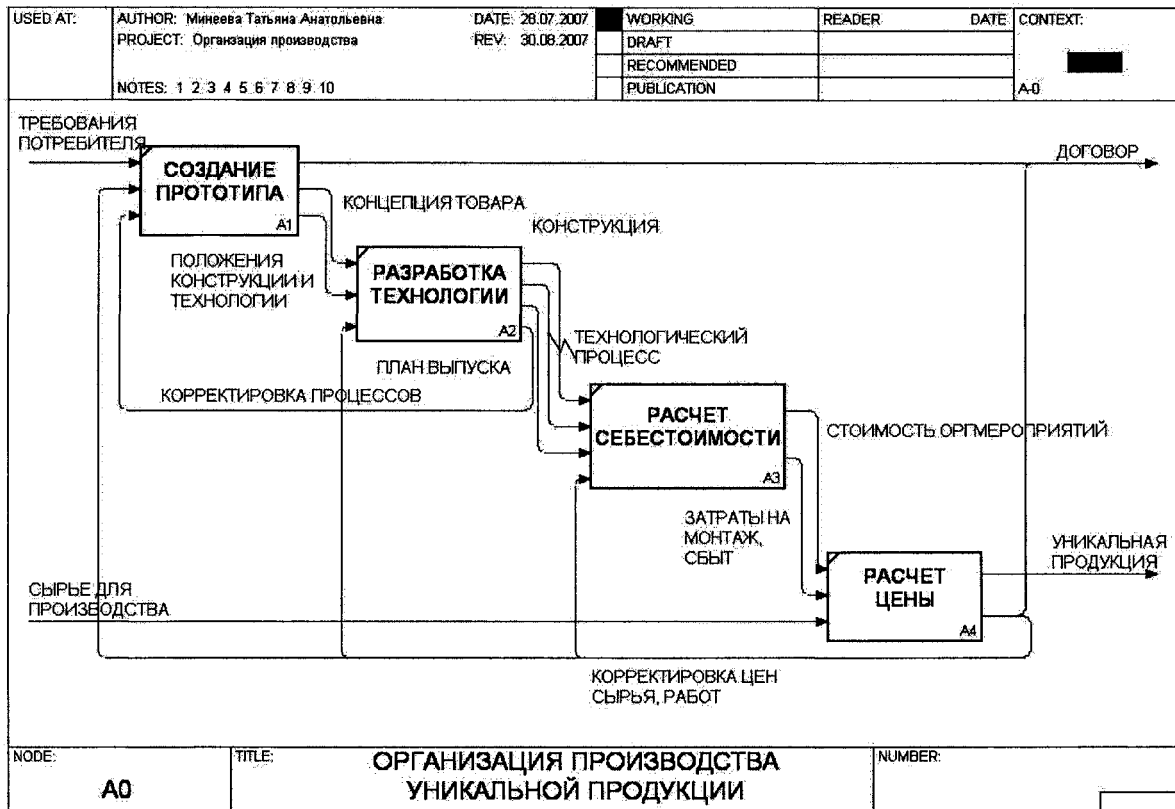


Рис. 5. Диаграмма декомпозиции первого уровня процесса

мыми задачами. Особенности данного процесса являются: последовательно-параллельная организация, наличие проектной составляющей и необходимость общего планирования среди нескольких проектов.

На основании принципов и последовательно-параллельной организации производства предлагаются в рамках одного заказа – проектное управление, а в рамках предприятия – сочетание проектного и функционального управления. В этом случае проектная составляющая будет охватывать вспомогательные функции: планирование, финансы и персонал для основных функций: сбыт, НИОКР и разработка продукции. Далее для функций «закупка» и «производство» реализуется функциональное управление и вспомогательные функции подчинены линейно данным подразделениям.

На рис. 6 представлена общая система управления. Данная система разбита на 2 составляющие:

- проектная описывает работу над конкретным заказом;
- функциональная агрегирует заказы в общую систему для обеспечения работы предприятия в целом.

В проектную составляющую входят функциональные подразделения сбыт, НИОКР и разработка продукции. Результатом работы сбыта является пакет заказов, НИОКР – концепция продукции, а разработки продукции – пакет документов для проекта. План выпуска формируется совместно.

Функциональная часть состоит из блоков закупки и производства. Для данных блоков вспомогательные функции «Планирование», «Финансы» и «Персонал» создают:

- закупки: план закупок, бюджет закупок;
- производство: план выпуска, бюджет выпуска.

На рис. 7 представлена схема обслуживания заказа на уровне создаваемой документации. Все действия предполагают передачу информации в информационную базу. При получении заказа на уникальную продукцию предлагается параллельное формирование цены и разработки технического задания. На основании заказа формируется договор и техническое задание, где в договоре определяются требования и предварительная цена, а в техническом задании – цели и условия эксплуатации. Далее создается конструкторская документация в виде состава деталей и

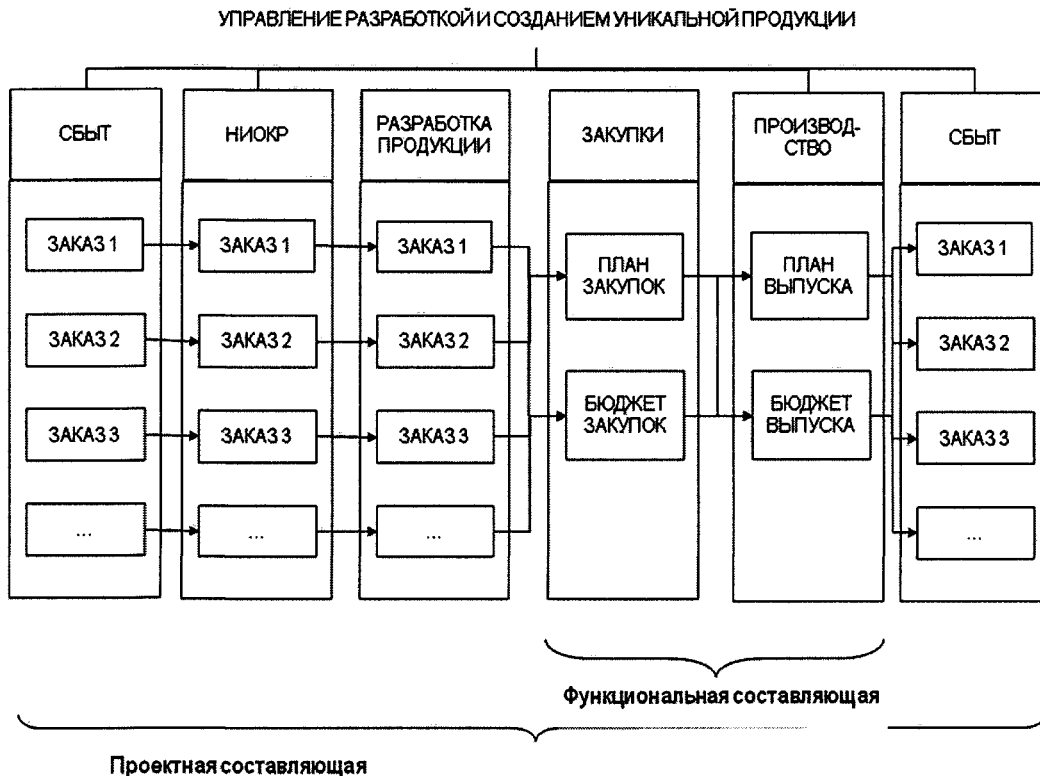


Рис. 6. Система управления разработкой и созданием уникальной продукции

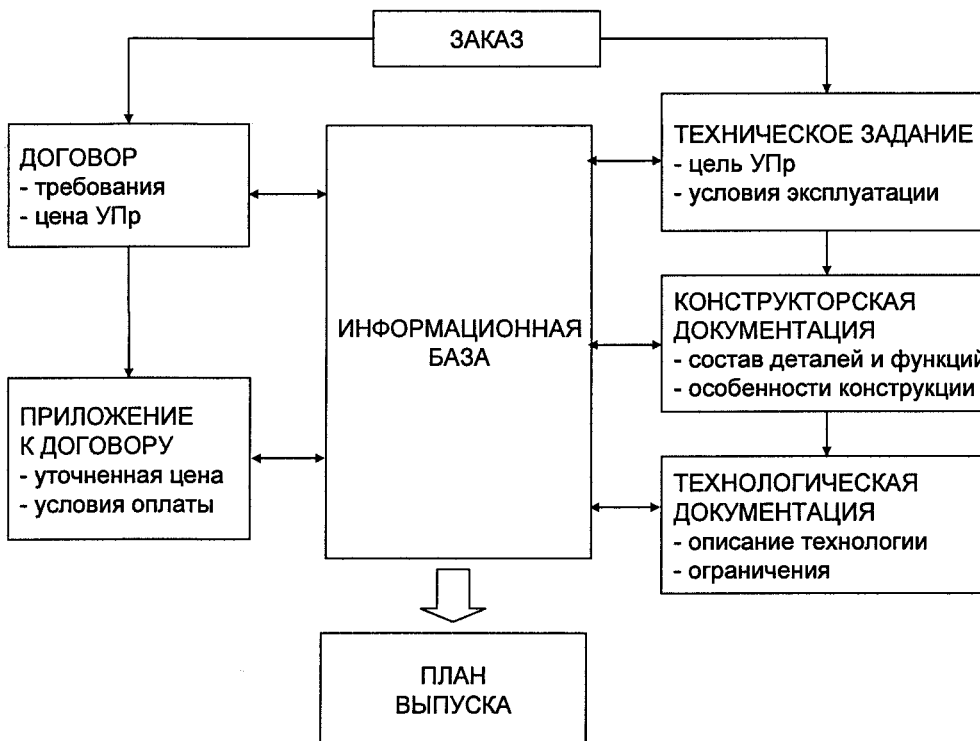


Рис. 7. Информационные коммуникации при обслуживании заказа

Предпринимательская деятельность

функций уникальной продукции и особенностей конструкции. Последней разрабатывается технологическая документация в виде описания технологий и ограничений на выполнение процессов. После создается приложение к договору, целью которого является уточнение цены и условий оплаты. На основании разработанных документов из информационной базы формируется план выпуска уникальной продукции.

В табл. 2 показано описание документов применительно к подразделениям. Подразделения предприятия участвуют в двух процессах – создание документа, прием и использование. Дополнительно приведено соответствие задач, результатами которых являются данные документы.

При распределении ответственности за документы в качестве «Подразделения – источник документа» в идеале допускается только одно. Но в частных случаях, если информацию документа можно разделить на части – ответственных несколько. На основании табл. 1 получено, что максимальная ответственность ложится на подразделение «Разработка продукции» (три документа), так как в рамках подразделения создаются основные документы, описывающие саму уникаль-

ную продукцию и процесс ее производства. По два документа создают «Сбыт», «Закупки», по одному – «Производство» и «Финансы». Относительно исходящих документов сохраняется аналогичное распределение ответственности.

На более низком уровне детализации согласно составу документов и выбранных данных предложена структура данных, состоящая из таблиц. Преимуществами структуры являются: жесткая структурированность данных, заданная последовательность заполнения и возможность расчета показателей уникальной продукции и простота расчета.

Предлагаемая структура подразумевает следующее.

1. Таблицы «Вид ресурса», «Функции», «Оборудование», «Комплекующие» являются справочными и первоначальными. Описывают данные о возможностях предприятия. Таблица «Цены» описывает первоначальную стоимость потребляемых ресурсов, таблица «Нормы расходов» содержит рассчитанные нормы по расходу ресурсов для каждой функции и используемого оборудования. Данные шесть таблиц являются справочной составляющей информационной базой предприятия, на их основе собирается информация об уникальной продукции.

Таблица 2

Описание документов для создания уникальной продукции

| Название документа | Цели | Подразделение – источник документа | Задача | Подразделение – приемник документа |
|------------------------------|--|--|---|--|
| Заказ | Определение условий и ограничений от клиента | Сбыт | Создание прототипа | НИОКР Разработка продукции |
| Договор | Формирование требований, предварительная цена | Сбыт Закупки | Создание прототипа Расчет себестоимости | Планирование Разработка продукции |
| Приложение к договору | Уточнение цены и условий оплаты | Закупки Финансы Разработка продукции | Расчет цены | Закупки Финансы Разработка продукции |
| Техническое задание | Определение цели, условий эксплуатации | НИОКР Разработка продукции | Создание прототипа | Закупки Финансы |
| Конструкторская документация | Определение состава деталей и функций. Разработка особенностей конструкции | НИОКР Разработка продукции | Разработка технологии | Производство |
| Технологическая документация | Описание технологии. Выработка ограничений | НИОКР Разработка продукции | Разработка технологии | Производство |
| План выпуска | Формирование сроков, потребностей в ресурсах и регламент производства | Производство | Разработка технологии Расчет себестоимости | Сбыт |

2. Таблица «Продукция» заполняется вместе с потребителем и содержит все характеристики продукции, необходимые для разработки продукции. Таблица «Комплект» позволяет сформировать комплектацию продукции на основании характеристик и функций.

3. Таблица «Работа» позволяет составить

план для создания уникальной продукции, а таблица «Эффект» – собрать данные от клиента и учесть не только затраты, но и пользу от использования уникальной продукции.

Для уникальной продукции для расчета цены на основании предложенных параметров возможна формула на основе полных издержек:

$$\begin{aligned}
 Ц = & \sum_{\substack{i \text{ работы} \\ j \text{ детали} \\ k \text{ мат-ал, эл.эн.}}} Ц_{ед,ijk} \cdot K_{рес,ijk} \cdot K_{дет,ijk} \cdot Н_{расх,ijk} + \\
 & + \sum_{\substack{i \text{ работы} \\ \text{обработка} \\ \text{ресурсы – персонал}}} T_i \cdot K_{дет,i} + \sum_{\substack{i \text{ работы} \\ \text{сборка, монтаж, подготовка} \\ \text{ресурсы – персонал}}} T_i \cdot П,
 \end{aligned}$$

где Ц_{ед} – таблица «Цены», поле «Цена за единицу»; K_{рес} – таблица «Работы», поле «Количество ресурса»; K_{дет} – таблица «Комплектующие», поле «Количество»; Н_{расх} – таблица «Нормы расходов», поле «Норма расхода»; T – таблица «Работы», поле «Сроки»; П – прибыль.

Таблица 3

Сравнительная характеристика функций

| Существующий процесс | | Предлагаемый процесс | |
|--|--------------------------|--|--------------------------|
| Функции | Ответственный | Функции | Ответственный |
| Разбивка контракта на заказы | Техническая дирекция | Разбивка контракта на заказы, узлы, ведущие детали | Техническая дирекция |
| Присвоение кодов заказам | Дирекция по продажам | Присвоение кодов заказам, узлам, ведущим деталям | Техническая дирекция |
| Запуск контракта в производство | Дирекция по продажам | – | – |
| Определение сроков изготовления на собственной площадке с внутренней кооперации | Дирекция по производству | Формирование плана производства по длинноцикловым деталям | Дирекция по производству |
| – | – | Разработка монтажной и эксплуатационной документации | Техническая дирекция |
| Определение дефицита материалов, заготовок, тары, комплектующих изделий по контракту | Дирекция по производству | Разработка плана закупок | Дирекция по закупкам |
| Поставка покупных материалов, заготовок, тары, комплектующих изделий по контракту | Дирекция по закупкам | Поставка покупных материалов, заготовок, тары, комплектующих | Дирекция по закупкам |
| Подписание спецификаций для размещения на промежуточную переработку | Дирекция по производству | – | – |
| – | – | Корректировка плана производства | Дирекция по производству |
| Разработка и согласование отгрузочных чертежей | Дирекция по производству | Согласование отгрузочных чертежей | Дирекция по производству |
| Разработка и выдача в производство чертежей погрузки | Дирекция по производству | Выдача и корректировка в производство чертежей погрузки | Техническая дирекция |

Предпринимательская деятельность

На основании данных предложений было проведено исследование на машиностроительном предприятии по выпуску бурового оборудования. В результате на предприятии было обнаружено: структура предприятия построена по функциональному признаку, а система работы с клиентом подразумевает процессный подход. Это приводит к ошибкам:

- границы процессов подразделений не согласованы между собой и существуют разрывы процессов;
- на предприятии данные описывают не весь процесс полностью и частично теряются, не позволяя согласовать работу подразделений;
- избыток информации и ее недостаточ-

ная структурированность ограничивают возможность влияния ведущих по контрактам на принимаемые решения, существенно снижает управляемость выполнения заказов и контракта в целом.

На основании выявленных недостатков предлагается предприятию частично изменить функции и ответственных (табл. 3). В результате упрощается логика процессов, и контроль исполнения становится проще.

Изменения на уровне функций должны подтверждаться на уровне документов. Предлагается внести изменения в документооборот на машиностроительном предприятии по выпуску бурового оборудования. В табл. 4 представлено описание регламента документов.

Таблица 4

Сравнительная характеристика документооборота

| Существующие документы | | Предлагаемые документы | |
|--|--------------------------|---|--------------------------|
| Форма (документ) | Дирекция | Форма (документ) | Дирекция |
| Акт сдачи-приемки продукции | Дирекция по производству | Акт приемки продукции | Дирекция по производству |
| БДДС закупок | Дирекция по производству | БДДС закупок с разбивкой – месяц | Дирекция по закупкам |
| График исполнения контракта | Дирекция по продажам | График исполнения контракта | Дирекция по производству |
| Заказ-наряд | Дирекция по продажам | – | – |
| Заявка потребности в таре | Техническая дирекция | – | – |
| Коды | Дирекция по продажам | Коды | Техническая дирекция |
| Накладная на вывоз | Дирекция по производству | Документы на ввоз-вывоз | Дирекция по производству |
| Перечень покупных изделий и материалов | Дирекция по закупкам | – | – |
| Потребность в МТР | Дирекция по производству | – | – |
| Претензии | Дирекция по продажам | – | – |
| Реальный график | Дирекция по производству | – | – |
| Сводные спецификации | Техническая дирекция | Спецификации | Дирекция по продажам |
| Товарная накладная | Дирекция по закупкам | Товарная накладная и документ качества | Дирекция по закупкам |
| – | – | План-график | Дирекция по производству |
| – | – | План производства | Дирекция по производству |
| – | – | План кооперации | Дирекция по закупкам |
| – | – | Карточка учета | Техническая дирекция |
| – | – | Чертежи погрузки | Техническая дирекция |
| – | – | Монтажная и эксплуатационная документация | Техническая дирекция |
| – | – | Бюджет проекта | Дирекция по производству |
| – | – | План закупок | Дирекция по закупкам |

При распределении ответственности за документы в качестве «Подразделения – источник документа» допускается только одно подразделение. Но в частных случаях, если информацию документа можно разделить на части – ответственных несколько. На основании табл. 3 получено, что максимальная ответственность ложится на подразделение «Разработка продукции» (три документа), так как в рамках подразделения создаются основные документы, описывающие уникальную продукцию и процесс ее производства. По два документа создают «Сбыт», «Закупки». По одному – «Производство» и «Финансы». Относительно исходящих документов сохраняется аналогичное распределение ответственности.

Относительно структуры, если структура функций изменилась только частично, то документы изменились сильнее, так как на предприятии документооборот не всегда подерживал проводимые операции.

Предлагаемая методика может быть использована для освоения производства единичной машиностроительной продукции с длительным циклом.

Литература

1. ГОСТ 14.201-83. Обеспечение технологичности конструкции изделий.
2. Егорова, Т.А. Организация производства на предприятиях машиностроения / Т.А. Егорова. – СПб.: Питер, 2004. – 304 с.
3. Новицкий, Н.И. Организация, планирование и управление производством: учеб.-метод. пособие / Н.И. Новицкий, В.П. Пашуто; под ред. Н.И. Новицкого. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 576 с.
4. Смирницкий, Е.К. Экономические показатели бизнеса. / Е.К. Смирницкий. – М.: Экзамен, 2002. – 512 с.
5. Теория систем и системный анализ в управлении организациями: справочник / под ред. В.Н. Волковой, А.А. Емельянова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 848 с.

Аннотации

УДК 65.02

Варламов А.С. Организационно-экономическая сущность реструктуризации.

Представлено авторское определение понятия «реструктуризация», проведен сравнительный анализ понятий «реструктуризация», «реформирование», «реорганизация» и «реинжиниринг». Разработана классификация видов реструктуризации.

УДК 338.1

Гвоздецкая Е.В. Особенности моделирования российской макроэкономической динамики 1991–2006 гг.

Статья посвящена особенностям моделирования российской макроэкономической динамики в период 1991–2006 гг. Автором рассмотрены существующие подходы к моделированию и модели макроэкономической динамики, предпосылки формирования моделей экономик с переходными процессами, представлена блок-схема модели макроэкономической динамики и эконометрическая модель, приведена идентификация модели на квартальных переменных, рассчитан прогноз показателя ВВП на период 2007–2008 гг.

УДК 332.68(045)

Костенкова В.Г. Формализация роли розничной торговли в национальной экономике.

Статья посвящена вопросам организации розничной торговли. В статье раскрываются понятие и сущность розничной торговли, а также роль розничной торговли в национальной экономике. Кроме того, в статье приводится классификация предприятий торговли по каналам сбыта. Схематично приведено участие субъектов розничного рынка в различных фазах общественного воспроизводства.

УДК 338.2

Селлер О.И., Иванова Е.В. Поведение фирмы с позиции эволюционного подхода.

Статья посвящена проблеме поведения фирмы в рыночных условиях с точки зрения эволюционной экономики. Рассмотрены основные отличия во взглядах на принципы поведения фирмы в классической и эволюционной экономике, дан краткий обзор истории эволюционной экономики, её основных положений. Проведена систематизация рутин, обоснованы их значение, причины их стойкости при принятии решений фирмами, направленных на её благополучие, прибыльность и дальнейший рост.

УДК 332.821 (470.51) (045)

Королюк Л.В. Методологические подходы к оценке уровня развития регионального рынка жилья и его влияния на развитие промышленного комплекса региона и в целом национальной экономики.

Статья посвящена обзору методов оценки уровня развития регионального рынка жилья. Также в статье раскрывается взаимосвязь и взаимозависимость развития промышленного комплекса отрасли строительных материалов и рынка жилья региона; определяется роль развития промышленного комплекса и рынка жилья как индикаторов развития национальной экономики; приводятся результаты проведенного анализа по выявлению факторов, влияющих на ценообразование жилья.

ББК У9(2)262.181

Данилова И.В., Никонов В.Е. Особенности концентрации банковского сектора в Российской Федерации.

Статья посвящена изучению развития банковского сектора через призму концентрации в данной отрасли экономики. В статье авторы проводят количественный анализ концентрации банковского капитала и активов на основе показателей рыночной концентрации (коэффициент концентрации, индекс Херфиндаля–Хиршмана, индекс энтропии и др.) и дают аналитическую интерпретацию результатов расчетов. Авторы анализируют каждый индекс в отдельности, выявляют их системность, а также исследуют причины отклонения частных показателей от общего тренда.

УДК 658.1 + 658.1.012.12 + 658.1.009.12

Лясковская Е.А. Экономическая устойчивость производственных предприятий: понятия, факторы, виды.

В работе обоснована значимость анализа экономической устойчивости производственного предприятия для различных лиц, взаимодействующих с ним, обоснована актуальность создания механизма обеспечения экономической устойчивости как фактора роста конкурентоспособности, эффективности и экономического развития в долгосрочном плане. Проведен анализ понятий, видов и факторов, влияющих на экономическую устойчивость. Приведены факторы, препятствующие устойчивому экономическому развитию современных российских предприятий.

УДК 65.02

Вайсман Е.Д., Кузнецова Т.А. Технология постановки управленческого учета на промышленных предприятиях.

Представлена авторская концепция и модель управленческого учета, описаны пошагово этапы постановки управленческого учета на промышленных предприятиях, рассмотрены вопросы связи управленческого учета с другими современными технологиями управления.

УДК 657.1: 658.8 + 658.16

Лофиченко Н.В. Торговая надбавка в ценовой политике торговой организации.

В статье рассмотрены некоторые проблемы формирования и учёта торговых надбавок, их соответствие экономическим понятиям и бухгалтерским аспектам. Проблемы обусловлены необходимостью подготовки качественной бухгалтерской информации для внутренних пользователей.

УДК 338.2

Карпушкина А.В., Балдина Ю.А. Методика оценки социально ответственного поведения бизнеса.

Статья посвящена основным подходам в области оценки социально ответственного поведения бизнеса. Авторами рассмотрены исторические предпосылки возникновения концепции социально ответственного поведения бизнеса, даны наиболее распространенные определения данного термина, представлены основные методы анализа и оценки социальных инвестиций бизнеса.

УДК 338.2

Ершова И.В., Минеева Т.А. Специфика планирования производства уникальной продукции на машиностроительном предприятии.

В статье рассмотрены принципы разработки и освоения уникальной машиностроительной продукции. Уникальная продукция рассматривается нами как новая, производимая в единственном экземпляре для конкретного потребителя. На основании методов системного анализа разработаны: система параметров оценки уникальной продукции и модель процессов системы управления и описаны ее составляющие в виде принципов, функций и задач. Предлагаются рекомендации для создания системы документооборота на основании зон контроля подразделений предприятия.

Сведения об авторах

Варламов Алексей Сергеевич. Аспирант кафедры «Экономика и финансы» Южно-Уральского государственного университета. Область научных интересов – экономика и управление на предприятии.

Гвоздецкая Екатерина Викторовна. Аспирант экономического факультета Уральского государственного университета им. А.М. Горького, г. Екатеринбург. Область научных интересов – макроэкономическая динамика, моделирование и прогнозирование.

Костенкова Вера Григорьевна. Аспирант кафедры отраслевой экономики ФГУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск. Область научных интересов – региональная экономика, розничная торговля.

Селлер Ольга Ивановна. Финансовый директор ООО «Челябинский асфальтный завод», г. Челябинск. Область научных интересов – применение эволюционного метода в области принятия финансово-управленческих решений.

Иванова Елена Валентиновна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономическая теория» Всероссийского заочного финансово-экономического института, г. Москва. Область научных интересов – выработка инвестиционной политики в России.

Королюк Людмила Викторовна. Аспирант кафедры отраслевой экономики ФГУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск. Область научных интересов – промышленный комплекс, региональная экономика и экономика отрасли жилищного строительства.

Данилова Ирина Валентиновна. Доктор экономических наук, доцент Южно-Уральского государственного университета, работает в должности и.о. профессора кафедры «Экономическая теория и мировая экономика», г. Челябинск. Область научных интересов – фискальное регулирование, денежно-кредитная политика в транзитивной экономике.

Никонов Вячеслав Евгеньевич. ОАО «Балтийский Банк», Челябинский филиал, г. Челябинск. Область научных интересов – банковское дело.

Лясковская Елена Александровна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, управление и инвестиции» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – анализ экономической устойчивости и экономических рисков, современные направления экономического анализа и стратегического менеджмента.

Вайсман Елена Давидовна. Кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры «Экономика и финансы» Южно-Уральского университета, г. Челябинск.

Кузнецова Татьяна Александровна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» Южно-Уральского университета, г. Челябинск.

Лофиченко Наталья Владимировна. Доцент кафедры «Бухгалтерский учет и финансы» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – международный учет и финансовая отчетность, учет в торговле.

Карпушкина Анжелика Викторовна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и экономическая безопасность» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – финансы и корпоративное управление.

Балдина Юлия Амировна. Аспирант кафедры «Экономика и экономическая безопасность» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – финансы и корпоративное управление.

Ершова Ирина Вадимовна. Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика и организация предприятий машиностроения» Уральского государственного технического университета – УПИ, г. Екатеринбург. Область научных интересов – организация производства, внутризаводское планирование.

Минеева Татьяна Анатольевна. Старший преподаватель Уральского государственного технического университета – УПИ, г. Екатеринбург. Область научных интересов – производственный менеджмент, системный анализ.

**ВЕСТНИК
ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

№ 5 (105) 2008

**Серия
«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»
Выпуск 5**

Издательство Южно-Уральского государственного университета

Подписано в печать 26.02.2008. Формат 60×84 1/8. Печать трафаретная.
Усл. печ. л. 9,3. Уч.-изд. л. 8,75. Тираж 500 экз. Заказ 31/101.

Отпечатано в типографии Издательства ЮУрГУ. 454080, г. Челябинск, пр. им. В.И. Ленина, 76.