



ВЕСТНИК

ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО №21 (154)
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА 2009

ISSN 1997-0129

СЕРИЯ

«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»

Выпуск 10

Учредитель – ГОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет».

Редакционная коллегия серии:

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.**

Серия основана в 2007 году.

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-26455
выдано 13 декабря 2006 г. Федеральной службой по
надзору законодательства в сфере массовых
коммуникаций и охране культурного наследия.

Решением Высшей аттестационной комиссии
Министерства образования и науки Российской
Федерации журнал включен в «Перечень ведущих
рецензируемых научных журналов и изданий, в
которых должны быть опубликованы основные
научные результаты диссертации на соискание
ученой степени доктора и кандидата наук».

Подписной индекс 29089 в объединенном
каталоге «Пресса России».

Периодичность выхода – 4 номера в год.

СОДЕРЖАНИЕ

Региональная экономика

ОКОЛЬНИШНИКОВА И.Ю., КУВАТОВ В.Г. Внедрение механизмов государственно-частного партнерства как фактор развития регионального бизнеса и экономик регионов 4

Экономика и финансы

ГУЗЬ А.Н. Модель ценообразования, обеспечивающая максимум прибыли при выводе нового товара на рынок 11

ИВАНОВ А.Е., МАТВИЙШИНА Е.М. Анализ современных методов оценки деловой репутации 16

МОХОВ В.Г., ЛЫСЕНКО Д.С. Стратегические карты как инструмент управления капитализацией промышленного предприятия 22

ШАЛАМОВА О.В. Об устойчивости экономической системы 27

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

ГУСЕВ Е.В., ОВЧИННИКОВА М.С., CARDAПOЛЬЦЕВ К.В. Совершенствование методов комплексной оценки экономической эффективности интегрированных бизнес-структур холдингового типа 34

МАКАРОВА Н.А., ЧЕСКИДОВА Т.М. Инновационная основа модернизации регионального промышленного комплекса 42

МАСКАЙКИН Е.П., АРЦЕР Т.В. Инновационный потенциал региона: сущность, структура, методика оценки и направления развития 47

ПОПОВ С.А., ПЕРЕВЕРЗЕВА М.Н., СУРКОВА Т.В. Организационно-экономический механизм эффективного управления венчурными инвестициями в российских условиях 54

Управление социально-экономическими системами

СЛИНКОВА О.К., ГРУДИСТОВА Е.Г. Управление организационной культурой 64

ТРЕТЬЯКОВА Е.П. Формирование сбалансированной системы управления 75

Предпринимательская деятельность

НИКОЛАЕВА Т.И., ГАЯНОВА В.М. Интеграция как важнейшее стратегическое направление торговой отрасли 80

Маркетинг

ВАСИЛЬЕВА О.Е., ПАКЛИНА Л.А. Информационные системы поддержки сервисного сопровождения товаров производственно-технического назначения 87

Управление качеством товаров и услуг

ПОТОРОКО И.Ю., ПОПОВА Н.В. Государственная политика России в области продовольственной безопасности и безопасности пищевых продуктов. Современное состояние вопроса 92

Abstracts and keywords 99

CONTENTS

Regional Economy

OKOLNISHNIKOVA I.J., KUVATOV V.G. State and private partnership as a factor of development of socially significant branches of economy	4
--	---

Economy and Finance

GOOZE A.N. Pricing model ensuring a maximal profit at the market launch of a new product	11
IVANOV A.E., MATVIYSHINA E.M. Analysis of modern methods of goodwill evaluation	16
MOKHOV V.G., LYSENKO D.S. Strategic maps as a tool of the management of capitalization of industrial company	22
SHALAMOVA O.V. On stability of an economic system	27

Investment and Innovation activity management

GUSEV E.V., OVCHINNIKOVA M.S., KARDAPOLTSEV K.V. Improvement of methods of complex estimate of economic efficiency of integrated business holding types structures	34
MAKAROVA N.A., CHESKIDOVA T.M. Innovative basis of modernization of regional industrial complex	42
MASKAIKIN E.P., ARTSER T.V. Innovative potential of the region: essence, structure, method of estimation and directions of development	47
POPOV S.A., PEREVERZEVA M.N., SURKOVA T.V. The organizational-economic mechanism of efficient control over the venture investments into the Russian conditions	54

Management of Social and Economic Systems

SLINKOVA O.K., GRUDISTOVA E.G. Management of an organizational culture	64
TRETYAKOVA E.P. Building of a balanced management system	75

Enterprise Activity

NIKOLAEVA T.I., GAYANOVA V.M. Integration as the most significant strategic direction of trading branch	80
---	----

Marketing

VASILYEVA O.E., PAKLINA L.A. Information systems of support for service of technical-industrial goods	87
---	----

Goods and Services Quality management

POTOROKO I.Y., POPOVA N.V. State policy of Russia in the field of food safety and safety of foodstuff. Modern condition of the question	92
---	----

Abstracts and keywords	99
-------------------------------------	----

ВНЕДРЕНИЕ МЕХАНИЗМОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО БИЗНЕСА И ЭКОНОМИК РЕГИОНОВ

И.Ю. Окольнішнікова, В.Г. Кузатов

Статья посвящена исследованию проблем и перспектив развития государственно-частного партнерства (ГЧП) как фактора эффективного развития социально-значимых отраслей экономики. Авторами рассмотрена актуальность развития государственно-частного партнерства, особенности используемых моделей ГЧП, а также выявлены современные проблемы и препятствия внедрению государственно-частного партнерства и пути их преодоления.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, частно-государственное партнерство, региональный бизнес, экономика региона.

У любого государства возникает потребность в частных инвестициях и предпринимательской инициативе для развития и управления объектами государственной собственности. При этом передача этих объектов в частную собственность по ряду причин невозможна. В связи с этим в последние десятилетия во всем мире происходят значительные институциональные изменения в отраслях, которые ранее традиционно находились в государственной собственности и управлении – электроэнергетике, дорожном строительстве, коммунальном хозяйстве и т. п.

С одной стороны, предприятия этих отраслей обладают выраженной стратегической, экономической и социально-политической значимостью и поэтому не могут быть приватизированы. Но с другой стороны, в государственном бюджете нет достаточных средств, позволяющих обеспечивать их развитие. В сложившихся обстоятельствах правительства передают частному бизнесу во временное долго- или среднесрочное пользование объекты этих отраслей, оставляя за собой регулирование и контроль их деятельности посредством реализации концепции государственно-частного партнерства (ГЧП или Public-Private Partnership – PPP).

В современном понимании государственно-частное партнерство – это организационный и институциональный альянс между государством и бизнесом в целях реализации национальных и международных, масштабных и локальных общественно значимых проектов. Эти проекты могут захватывать различные сферы деятельности: от развития стратегически важных отраслей промышленности и научно-исследовательских конструкторских ра-

бот до обеспечения общественно значимых услуг. Как правило, каждый такой альянс является временным, поскольку создается на определенный срок в целях осуществления конкретного проекта и прекращает свое существование после его реализации.

Государственно-частное партнерство является в настоящее время одной из самых удачных альтернатив приватизации жизненно важных, имеющих стратегическое значение, объектов государственной собственности. С другой стороны, оно дает бизнесу равные с государством права и большие возможности, не позволяя сводить проект к полной или частичной национализации его ресурсов.

Наиболее показательный опыт государственно-частных партнёрств наработан в Великобритании. Вместе с тем в настоящее время он сформирован во всех развитых странах мира и рассматривается как одно из необходимых условий развития эффективной рыночной экономики. Например, около 15–20 % инвестиционных проектов, реализуемых Канадой или Великобританией, осуществляются именно на принципах ГЧП.

Основная область применения ГЧП в мире – возведение автомагистралей. Для России это одна из актуальных и проблемных тем. С ней связаны многие аспекты развития городов и городских хозяйств. Поэтому именно она требует быстрого качественного решения и в перспективе, при применении механизмов ГЧП, может дать мощный толчок развитию городских инфраструктур.

Важное значение ГЧП имеет при реализации проектов ЖКХ, а также для формирования кластерной экономики, реализации возможно-

стей государственных научных организаций, инновационного предпринимательства. Вместе с тем только начинается использование государственно-частного партнерства в здравоохранении, образовании, культуре, туризме.

Помимо чисто экономической задачи развития определенных секторов экономики, важной целью государственно-частного партнерства является достижение взаимопонимания между государственными органами и частным бизнесом. Яркий пример такого сотрудничества приводит Е. Ясин. Япония, которая начала активно развивать ГЧП после Второй мировой войны, практиковала постоянные консультации между правительством и крупнейшими коммерческими компаниями. На таких встречах принимались принципиальные решения по внешнеэкономической политике страны. По свидетельству специалистов, последовавшие успехи японской экономики во многом стали результатом этой работы [5].

Перечислим основные преимущества государственно-частного партнерства для экономики страны:

- возможность осуществления в наиболее короткие сроки общественно-значимых проектов, малопривлекательных для традиционных форм частного финансирования;
- универсальность – возможность применения в большинстве секторов экономики;
- привлечение значительных объемов негосударственного финансирования для инвестиций в объекты государственного значения;
- существенное сокращение государственных расходов на содержание и эксплуатацию объектов инфраструктуры;
- разделение рисков проекта между государством и частными инвесторами;
- обеспечение экономически эффективного управления реализацией проекта путем передачи управленческих функций частному инвестору;
- привлечение современных, высокоэффективных технологий в развитие инфраструктуры;
- улучшение инвестиционного климата страны или региона.

Для деловых кругов государственно-частное партнерство дает следующие преимущества:

- возможность доступа к традиционным государственным сферам экономики;
- возможность получения и использования прямой государственной поддержки и участия;

- возможность долговременного размещения инвестиций под устраивающие гарантии;

- возможность выбрать наиболее выгодный проект из большого перечня;

- использование передового зарубежного опыта.

Привлекательность ГЧП для государства определяется следующими факторами:

- возможность повышения эффективности проектов за счет участия в них частного бизнеса;

- возможность решения системных проблем развития экономики государства (к примеру, строительство современных автомагистралей, международных терминалов аэропортов, развитие здравоохранения и т. д.);

- снижение бюджетных затрат за счет привлечения негосударственных средств;

- увеличение поступлений от налогов и других выплат в бюджет;

- повышение инвестиционной и инновационной активности страны;

- повышение уровня конкуренции, снижение тарифов и, как следствие, укрепление социальной стабильности регионов;

- возможность разделить риски по проекту, переложив часть из них на бизнес-партнеров.

Привлекательность ГЧП для потребителей и широкой общественности также высока и связана со следующими причинами:

- оптимальное распределение налоговых поступлений и, тем самым, эффективное решение социальных проблем;

- эффективное управление объектами ГЧП и, как следствие, повышение качества их функционирования;

- минимизация тарифов за пользование коммунальными услугами и др.

Единого определения и, соответственно, понимания ГЧП даже в тех странах, где оно зародилось и развивается успешно, до сих пор не сложилось. Среди специалистов нет единого мнения о том, какие формы взаимодействия власти и бизнеса прямо или косвенно относятся к ГЧП. В специальной печати рассматриваются варианты не только экономического, но и политического, культурного и т. п. сотрудничества государственных и деловых структур.

Вместе с тем детальный терминологический анализ не входит в задачи настоящего исследования. Поэтому отметим только вслед за автором [8], что в рамках данной работы под государственно-частным партнерством будет

пониматься взаимовыгодное средне- и долгосрочное сотрудничество между государством и бизнесом, реализуемое в различных формах и ставящее своей целью решение политических и общественно значимых задач на национальном, региональном и местном уровнях.

В 2004 году на международной конференции в Москве, проводившейся под эгидой Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), были выделены базовые признаки, характерные для ГЧП в плане экономического взаимодействия:

- стороны партнерства должны быть представлены как государственным, так и частным сектором экономики;
- взаимоотношения сторон должны быть зафиксированы в официальных документах (договорах, программах и др.) и носить партнерский, то есть равноправный характер;
- стороны должны иметь общие цели и четко определенный государственный интерес;
- стороны партнерства должны объединить свои вклады для достижения общих целей;
- стороны партнерства должны распределять между собой расходы и риски, а также участвовать в использовании полученных результатов [9].

Несмотря на то, что данные признаки были определены для ГЧП в инновационной сфере, они в равной мере присущи государственно-частному партнерству и в других отраслях и сферах отечественной экономики.

Выделяются следующие основные формы ГЧП [8]:

- взаимодействие на основе государственных контрактов;
- арендные отношения;
- финансовая аренда (лизинг);
- соглашения о разделе продукции (СРП);
- инвестиционный контракт;
- концессионные соглашения;
- акционирование;
- долевое участие частного капитала в государственных предприятиях (совместные предприятия).

Выбор конкретной модели взаимодействия осуществляется, как правило, в зависимости от того, в каких сферах реализуется соглашение. Если рассматривать мировой опыт реализации проектов ГЧП, можно выявить некоторые закономерности.

Так, модель оператора характеризуется четким разделением ответственности между частными партнерами и государством при со-

хранении за последним контролирующими функций. Эта модель получила широкое распространение в переработке отходов.

Модель кооперации используется в ситуациях, когда конкретные услуги определены недостаточно четко, а потому их сложно сделать самостоятельными объектами налогообложения и амортизационных отчислений. В этом случае партнерство реализуется через совместную проектную компанию государства и частного инвестора.

Договорная модель часто применяется в энергетике, в которой инвестиции направлены, в первую очередь, на снижение текущих издержек. Полученная экономия нередко превышает инвестиционные затраты.

Модель финансовой аренды (лизинга) подразумевает передачу государством в аренду частному сектору какой-либо государственной собственности. Это могут быть здания, сооружения, производственное оборудование, транспортные средства, инженерные комплексы и т. д. При этом в качестве платы за пользование переданным имуществом государство взимает с частных компаний арендную плату. Отметим, что в мире накоплен значительный опыт лизинговых форм партнерства органов местного самоуправления с частным бизнесом. Этот механизм часто применяется для сооружения общественных зданий [4].

Особого внимания, по нашему мнению, заслуживает внедрение в рамках ГЧП модели концессии, названной Группой Всемирного банка наиболее распространенной за рубежом формой ГЧП при осуществлении крупных капиталоемких проектов. Она, как правило, результативна в отраслях с длительным сроком реализации проектов, а также в тех случаях, когда передача прав собственности от государства частному партнеру невозможна по политическим или правовым причинам.

Как известно, концессия – это система отношений между государством (концедентом) и частным юридическим или физическим лицом (концессионером), возникающая в результате предоставления концедентом концессионеру прав пользования государственной собственностью по договору, за плату и на возвратной основе, а также прав на осуществление видов деятельности, которые составляют исключительную монополию государства.

По мнению специалистов, концессии являются наиболее развитой, перспективной и комплексной формой ГЧП по ряду причин:

- концессионные отношения, в отличие от контрактных или арендных, носят долгосроч-

ный характер, что позволяет обеим сторонам осуществлять долгосрочное стратегическое планирование своей деятельности;

– в концессиях бизнес-структуры обладают наиболее полной свободой в принятии административно-хозяйственных и управленческих решений, что выгодно отличает их от совместных предприятий;

– в случае нарушения концессионером условий договора, а также при возникновении необходимости защиты общественных интересов, у государства остается достаточно рычагов воздействия на частный бизнес и по условиям концессионного договора, и в рамках законодательных норм;

– согласно концессионному договору, государство передает концессионеру только права владения и пользования объектом своей собственности, оставляя за собой право распоряжаться ею.

Перечисленные причины позволяют государству и бизнес-структурам быть уверенными в реализации своих интересов, что дает основание считать эту модель потенциально перспективной. Кроме того, концессионная модель лучше других защищена юридически. С 2005 года в России действует Федеральный закон «О концессионных соглашениях», в июне 2008 года в него были приняты поправки, которые, хотя и не смогли решить все правовые проблемы, стали существенным шагом вперед в области правового регулирования и выстраивания цивилизованной системы государственно-частного партнерства.

Вместе с тем среди основных правовых проблем с данным законом можно отметить:

– искусственное сужение сферы применения – в настоящее время он охватывает только инфраструктурные проекты;

– неурегулированность прав концессионеров и гарантий их безубыточной деятельности;

– неустановленность в соглашении тарифов на работы или услуги концессионера на период действия соглашения и др.

Полагаем, что решение перечисленных проблем должно стать важным шагом к реализации концессионного механизма, прежде всего, в общественно значимых секторах российской экономики.

В зависимости от объема передаваемых частному партнеру правомочий собственности, инвестиционных обязательств сторон, принципов распределения рисков между партнерами, ответственности за проведение различных видов

работ, выделяют следующие основные механизмы государственно-частного партнерства в форме концессий. Нередко они переплетаются, создавая новые схемы.

1. Механизм – BOT (Build, Operate, Transfer – строительство-эксплуатация / управление-передача) – представляет собой классический вариант концессий, при которой концессионер осуществляет строительство и эксплуатацию объекта на правах собственности за свой счет и на свой риск. При этом иногда, согласно концессионному договору, издержки могут распределяться между концессионером и государством. По истечении определенного срока, на протяжении которого концессионер получает прибыль от эксплуатации объекта и, тем самым, возмещает издержки на строительство, объект концессии передается в собственность государства. Однако в договоре может быть предусмотрено и право концессионера на дальнейшее продолжение управления объектом.

2. Сходным механизмом является механизм ROT (Rehabilitate, Operate, Transfer – реконструкция-управление-передача), при котором вместо строительства нового объекта ведется реконструкция объекта уже имеющегося.

Мировая практика применения концессий показывает, что схемы данного типа могут показать высокую результативность в транспортном и энергетическом секторах экономики. Например, есть примеры их эффективного использования при строительстве автострад (Италия, Испания, Южная Корея), трубопроводов (Германия), электростанций (Турция, Индия, Таиланд), аэропортов (Египет, Греция, Канада), туннелей (Франция), стадионов и других объектов инфраструктуры.

С нашей точки зрения, схема BOT потенциально может быть эффективна при строительстве и введении в строй крупных дорогостоящих объектов здравоохранения, требующих значительных капиталовложений. Речь идет, прежде всего, о строительстве многопрофильных лечебно-профилактических либо лечебно-диагностических учреждений амбулаторно-стационарного типа в тех областях медицины, которые наиболее необходимы обществу. Это могут быть крупные современные перинатальные центры, онкологические клиники, клиники сердечно-сосудистой хирургии и т. д.

Создание таких общественно-значимых проектов, которые должны неизменно находиться в собственности государства, предполагает крупные вложения в строительство, техническое оснащение, инновационные технологии, расходные материалы, медикаменты, до-

рогостоящее обучение персонала и т. п. Схема ВОР позволяет привлечь к их сооружению частный капитал, который после ввода клиники в эксплуатацию получит право ее эксплуатации до достижения окупаемости вложенных средств.

3. Механизм ВООТ (Build, Own, Operate, Transfer – строительство-владение-эксплуатация/управление-передача) предполагает, что бизнес-структура получает право не только пользования, но и владения объектом в течение всего срока соглашения, по истечении которого он передается государству. Наряду с ним, существует и т. н. «обратный ВООТ». Он подразумевает противоположный порядок действий, при котором государство финансирует и возводит инфраструктурный объект, а затем передает его в доверительное управление частному партнеру с правом постепенного выкупа его в свою собственность.

4. Механизм ВТО (Build, Transfer, Operate – строительство-передача-эксплуатация / управление) предполагает передачу объекта государству по завершении строительства. Особенностью этой схемы является то, что концессионер сразу после возведения передает объект государству, а уже потом осуществляет его эксплуатацию с целью возмещения издержек и получения прибыли. Такая схема является максимально выгодной для государства, так как оно имеет возможность контроля над объектом концессии и может влиять на решения и действия концессионера, если они наносят ему ущерб.

5. При реализации механизмов ВОО (Build, Own, Operate) и ВООТ (Build, Own, Operate, Transfer) концессионный договор заключается на неопределенный срок или же право собственности на объект остается за концессионером на постоянной основе. Как показывает практика, в настоящее время это одни из самых непопулярных и редко встречающихся концессионных схем.

6. Еще одной разновидностью является механизм ДВООТ (Design, Build, Own, Operate, Transfer – проектирование-строительство-владение-эксплуатация/управление-передача). Особенность соглашений этого типа состоит в ответственности частного партнера не только за строительство инфраструктурного объекта, но и за его проектирование.

7. В использовании механизма ВОМТ (Build, Operate, Maintain, Transfer – строительство-эксплуатация/управление-обслуживание-передача) особый акцент делается на ответственности частного партнера за содержание и

текущий ремонт сооруженных им инфраструктурных объектов.

8. В случае соглашений типа DBFO (Design, Build, Finance, Operate – проектирование-строительство-финансирование-эксплуатация/управление) помимо ответственности частного партнера за проектирование специально оговаривается его ответственность за финансирование строительства инфраструктурных объектов.

9. ВОМТ (Build, Operate, Maintain, Transfer) – специфическая схема концессий, в основном используемая при строительстве и эксплуатации газопроводов. В договоре четко указываются права и обязанности концессионера, а также срок эксплуатации им газопровода [1].

Особой формой ГЧП можно считать соглашения о разделе продукции, широко используемые в мировой практике в ресурсодобывающих отраслях. Такая форма ГЧП стала легитимной в 1995 году, после принятия ФЗ РФ «О соглашениях о разделе продукции».

СРП является договором, в соответствии с которым государство предоставляет инвестору – субъекту предпринимательской деятельности «...на возмездной основе и на определенный срок исключительные права на поиски, разведку, добычу минерального сырья на участке недр, указанном в соглашении, и на ведение связанных с этим работ, а инвестор обязуется осуществить проведение указанных работ за свой счет и на свой риск». Произведенная продукция подлежит разделу между государством и инвестором в соответствии с соглашением.

Недостатком этой формы партнерства является излишняя бюрократизированность и чиновничьи препоны. Так, по оценкам Министерства природных ресурсов, в настоящее время до начала реализации любого соглашения о разделе продукции необходимо пройти 28 этапов подготовки и согласований [3].

По мнению С.Н. Ларина, принципиальная схема взаимодействия участников ГЧП имеет следующую ступенчатую структуру:

1. Формирование и выражение инициативы о создании проекта ГЧП государством.
2. Предложения частного бизнеса по реализации выдвинутой инициативы.
3. Согласование существенных условий, а также интересов государства и частного бизнеса в рамках будущего проекта.
4. Закрепление достигнутых договоренностей между государством и бизнес-структурами в контракте.

5. Исполнение сторонами принятых в рамках проекта ГЧП обязательств.

6. Анализ полученных результатов.

7. Разработка новых, более совершенных моделей ГЧП.

8. Формирование новых инициатив со стороны государства [2].

Вместе с тем, описанная схема является оптимальным вариантом реализации механизма ГЧП и в реальности сопряжена со множеством трудностей. Это закономерно, так по данным Всемирного банка более 50 % проектов ГЧП при своем воплощении в жизнь сталкиваются с системными проблемами.

В России, которая находится в самом основании возрастающей «кривой готовности» государств к реальному внедрению механизмов ГЧП [6], развитие партнерства тормозит целый комплекс проблем. Перечислим те, которые, по нашему мнению, являются основными.

Первый блок проблем носит общественно-политический характер. Он в той или иной мере связан с недостаточной степенью готовности российского общества к реализации государственно-частного партнерства. Основными проблемами в данном ракурсе являются:

– отсутствие государственной национальной концепции поэтапного введения и использования моделей ГЧП, содержащих перспективные для государства направления развития партнерства в области инновационного развития, комплексного решения проблем здравоохранения, повышения качества жизни населения, образования, дорожного строительства и т. д.;

– отсутствие в России опыта эффективного взаимодействия между государством и частным бизнесом, что создает определенную степень недоверия бизнеса к государственным инициативам, а также требует тщательного изучения и рационального применения опыта зарубежных стран.

Следующий блок проблемных вопросов носит правовой характер. В настоящее время в России назрела необходимость создания целостной системы законодательных инициатив относительно государственно-частного партнерства. Основными проблемами правового характера, с нашей точки зрения, являются:

– отсутствие Федерального законодательства о государственно-частном партнерстве, в котором должен быть установлен предмет регулирования, определены национальные подходы к ГЧП, прописаны формы и механизмы его реализации в России и устранены основные

нормативно-правовые и административные барьеры [7];

– отсутствие законодательных документов, регламентирующих организацию ГЧП на уровнях субъектов РФ и муниципалитетов, корреспондирующих с соответствующим федеральным законодательством;

– несовершенство Федерального закона «О концессионных соглашениях» и, как следствие, существенные ограничения в его использовании;

– несовершенство действующего Федерального закона о государственных закупках (ФЗ РФ № 94 от 21.07.2005 г. в ред. от 20.04.2007 г.) в части недостаточного учета специфики ГЧП и отсутствия механизмов реализации проектов;

– сложность урегулирования прав на объекты интеллектуальной собственности, созданные с использованием бюджетных и внебюджетных средств, что практически неизбежно при реализации схем ГЧП и др.

Блок проблем связан и с препятствиями, которые видят в реализации проектов ГЧП бизнес-структуры. Они являются отражением высокой степени недоверия к государству относительно выполнения им своих обязательств:

– высокая вероятность непрогнозируемого секвестра бюджетов уже одобренных проектов ГЧП;

– высокая вероятность нарушения графиков финансирования партнерских проектов;

– возможность досрочного расторжения партнерских договоров без достаточных причин и адекватной компенсации затрат инвестора и др.

Кроме того, бизнес озабочен проблемой неравномерности партнерства, наличием субъективизма в принятии решений со стороны государственных органов, отсутствием должной координации проектов с государственными структурами, сложностью бюрократического механизма ГЧП, чрезмерными ожиданиями государства по быстрому возврату инвестиций и т. д.

Со своей стороны, государство отмечает прецеденты неэффективного использования госсобственности частными операторами, а также нерациональное расходование бюджетных средств.

Отдельный блок проблем связан с недостаточной информированностью участников о возможных моделях государственно-частного партнерства и способах их оптимизации. Эти недостатки в равной степени присущи всем

сторонам ГЧП – и государству, и бизнес-структурам. Среди них:

– отсутствие знаний партнеров о возможностях и способах практической реализации принципов ГЧП;

– отсутствие должного уровня осведомленности о возможностях использования различных условий финансирования, реализуемых в рамках ГЧП и т. д.

Перечисленные проблемы являются, по нашему мнению, наиболее принципиальными для развития ГЧП в России. Для их решения необходимо разработать и реализовать комплекс мер по поддержке национальной системы государственно-частного партнерства. Прежде всего, необходимо принятие системы законодательных актов, регламентирующих ГЧП. Важно на уровне государства установить приоритетные сектора экономики для инициирования и поддержки ГЧП-проектов. С нашей точки зрения, такими секторами должны быть:

- инновационная деятельность;
- здравоохранение и повышение качества жизни населения;
- природоохранная деятельность;
- жилищно-коммунальное хозяйство;
- дорожно-транспортные системы;
- комплексные проекты развития региональной экономики и маркетинга регионов.

Необходимо создать четкие процедуры разработки и обсуждения проектов ГЧП с привлечением тех представителей гражданского общества, интересы которых они затрагивают.

Актуальным является развитие аналитических исследований государственно-частного партнерства и создание программ повышения

квалификации кадров в области ГЧП. Необходимо организовать подготовку, переподготовку и повышение квалификации как для государственных служащих, так и для представителей бизнеса.

Реализация перечисленных мер будет способствовать развитию государственно-частного партнерства и, в конечном счете, выработке эффективного механизма развития и поддержки регионального бизнеса и экономик регионов.

Литература

1. Дерябина, М.А. *Теоретические и практические проблемы государственно-частного партнерства: доклад на секционном ученом совете научного направления «Теория экономики»* / М.А. Дерябина. – <http://www.inecon.ru/ru/index.php?go=Content&id=29>.

2. Ларин, С.Н. *Государственно-частное партнерство: зарубежный опыт и российские реалии* / С.Н. Ларин // *Государственно-частное партнерство в инновационных системах* / под общ. ред. С.Н. Сильверстова. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – С. 51–62.

3. Осадчая, И. *Становление крупных бизнес-структур в России и их взаимоотношения с государством* / И. Осадчая, Н. Осадчий // *Наука и жизнь*. – 2007. – № 2.

4. Шарингер, Л. *Новая модель инвестиционного партнерства государства и частного сектора* / Л. Шарингер // *Мир перемен*. – 2004. – № 2.

5. Ясин Е.Г. // *Российская газета*. – Федеральный выпуск № 3631 от 17 ноября 2004 г.

6. Deloitte Research: *Closing Infrastructure Gap*, 2007.

7. <http://www.hse.ru/lingua/en/news/recent/4016069.html>

8. http://lobbying.ru/print.php?article_id=2359

9. <http://ifti.ru/publications/9>

Поступила в редакцию 20 января 2009 г.

Окольнишникова Ирина Юрьевна. Кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры «Маркетинговые коммуникации», заместитель декана факультета коммерции Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – государственно-частное партнерство в сфере здравоохранения, организация маркетинговой и рекламной деятельности негосударственных учреждений здравоохранения. Контактный телефон: 8-919-11-555-70, e-mail: okolnishnikova@susu.ac.ru

Okolnishnikova Irina Jurjevna. Candidate of pedagogical sciences, associate professor, associate professor of the Marketing communications department, deputy dean of the faculty of Commerce of Southn Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: state and private partnership in the sphere of public health services, organization of marketing and advertising activity of official bodies of public health services. Contact phone: +7-919-11-555-70, e-mail: okolnishnikova@susu.ac.ru

Куватов Владимир Георгиевич. Аспирант, ассистент кафедры «Экономика торговли» факультета коммерции Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – государственно-частное партнерство в сфере здравоохранения. Контактный телефон: 8-351-267-93-03.

Kuvatov Vladimir Georgievich. Post-graduate student, assistant of the Economy of trade department of the faculty of Commerce of South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: state and private partnership in the sphere of public health services. Contact phone: +7-351-267-93-03.

Экономика и финансы

УДК 338.517
ББК У9(2)-86

МОДЕЛЬ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ МАКСИМУМ ПРИБЫЛИ ПРИ ВЫВОДЕ НОВОГО ТОВАРА НА РЫНОК

А.Н. Гузь

Статья посвящена проблеме формирования цены при выводе нового товара на рынок. Автором рассмотрены несколько технологических схем реализации произведенного товара и для каждой из них с применением математической модели показано, что существует значение цены, при которой прибыль производителя максимальна. Это обстоятельство делает полезным предлагаемый анализ ситуации для учета интересов всех участников реализации товара.

Ключевые слова: ценообразование, прибыль, новые товары.

В практической деятельности производителей товаров массового спроса достаточно часто встречается ситуация, когда необходимо вывести на рынок новый образец товара, отличающийся от ранее выпускавшихся и обладающий новыми потребительскими свойствами. Чаще всего в этом случае оптовую цену вывода маркетологи определяют, исходя из себестоимости и среднестатистического уровня доходности. Естественно, что в ходе реализации товара цена вывода корректируется в зависимости от проявляемого к товару интереса со стороны мелкооптового звена и розницы. Этот процесс требует определенного времени, да и корректировка цены носит скорее субъективный характер и зависит от активности розничного звена. При таком подходе производитель рискует «не дотянуть» до потенциального максимума цены, «отдав» большую часть вероятной прибыли в мелкооптовую и розничную часть технологической цепочки реализации товара. В настоящей работе предлагается метод определения цены вывода, минимизирующий этот риск за счет проведения предварительного анализа. В основе анализа лежит осознание того, что в реальном диапазоне предлагаемых для согласования розничному звену цен имеет место цена, обеспечивающая максимальную прибыль производителю.

Наиболее сложной частью анализа является прогноз и на его основании построение и формализация зависимости объема продаж товара от его цены, то есть построение кривой спроса. Существует ряд успешно зарекомендовавших себя способов построения таких кривых, они достаточно хорошо изучены и

описаны в литературе, от классической [1] и учебной [2] до специальной [3–7]. В своей практической деятельности автор данной работы опирался на методические рекомендации А. Маршалла [1] и на основе опросов фокус-групп (как наименее затратных и легко организуемых) строил кривые спроса для различных видов товаров не первой необходимости, начиная от упаковочных (всевозможные пакеты и мешки) и заканчивая парфюмерно-косметическими. При обработке данных, получаемых в ходе работы с фокус-группами (технология этой работы сама по себе достаточно интересна, но ее описание выходит за рамки настоящей работы), были определены основные типы кривых спроса и соответствующие им зависимости. Непосредственным результатом опросов в фокус-группах были статистические ряды, аналогичные описанным в [1]. Ряды аппроксимировались линейными и нелинейными зависимостями, а результаты аппроксимации сравнивались между собой в ходе проводимых экономических расчетов по определению оптимальных параметров процесса ценообразования. Критерием сравнения выступало совпадение или несовпадение оптовой цены, обеспечивающей максимум прибыли производителя по нижеприведенной методике.

Забегая вперед, можно сказать, что в случае использования линейной функции задача решается аналитически путем нахождения производной от функции прибыли по оптовой цене как параметру. В описываемой модели сразу предлагается дискретный подход как более универсальный и не связанный с конкретным типом функции, описывающей кривую спроса.

Итак, рассмотрим следующую модельную ситуацию.

Производитель (П) связан с ритейлером (Р) некоторыми договорными обязательствами, в соответствии с которыми он должен поставить последнему партию нового, не имеющего прямых аналогов однородного товара, состоящую из K единиц, по оптовой цене $OЦ$. Задача производителя заключается в том, чтобы определить $OЦ$, обеспечивающую ему максимальное значение прибыли (Π_n) в условиях реальной реализации. Для этого производитель проводит опрос своих контрагентов (представителей розничного звена, связанных с ним договорными отношениями). Целью опроса является выяснение количества единиц товара, которое они были бы готовы купить по цене, меняющейся в интервале от 10 до 100 единиц цены. В результате опроса делается вывод о том, что на начальном этапе реализации зависимость спроса от цены можно определить следующим образом:

$$K = A - PЦ, \quad (1)$$

где $PЦ$ – цена розничной реализации; A – свободный член, константа, значение которой определяется в процессе опроса. Для различных условий она может меняться. В модельной ситуации ее значение совпадало с количеством опрошенных либо было кратно ему, а в практической – среднестатистическим количеством покупателей за контрольный период (торговый день).

Поскольку производитель не может повлиять на формирование розничной цены (за исключением случая, описанного ниже), единственным условием, которое можно сформулировать на этом этапе, заключается в том: $PЦ \geq OЦ$.

Далее приведен алгоритм расчета $OЦ$, обеспечивающий максимальное значение Π_n .

1. Задаются N значений $OЦ$ из диапазона $OЦ_1 - OЦ_N$ с выбранным шагом.

$OЦ_1$ – начальное значение оптовой цены, в модельной ситуации может совпадать со значением себестоимости C .

$OЦ_N$ – конечное значение оптовой цены, может совпадать со значением свободного члена в (1). В проводимых расчетах $OЦ_N$ принималась равной 50, 100, 200.

Шаг перебора $OЦ$ выбираем таким образом, чтобы не пропустить максимум целевой функции. В расчетах он принимался равным 5 и 10.

2. Для каждого значения $OЦ_i$ из диапазона $PЦ_1 - PЦ_N$ (для нашего случая $PЦ_{i1} = OЦ_i$,

$PЦ_{iN} = OЦ_N$) с выбранным шагом задаются значения $PЦ_{ij}$ таким образом, чтобы для каждого сочетания $OЦ_i$ и $PЦ_{ij}$ можно было бы определить значения K_{ij} , Π_{nij} , D_{nij} , P_{rij} , D_{rij} , Π_{ojj} , D_{ojj} . Здесь K_{ij} – объем партии, соответствующий каждому сочетанию оптовой и розничной цены (например, для $OЦ_1$ мы перебираем все значения $PЦ$ и получаем N значений K_{1j} , затем повторяем расчет для $OЦ_2$ и получаем N значений K_{2j} и т. д.); D_{nij} – значение дохода производителя, соответствующее $i-j$ сочетанию оптовой и розничной цены; Π_{nij} – значение прибыли производителя; D_{rij} – значение дохода розничного звена; P_{rij} – значение прибыли розничного звена; D_{ojj} – общий доход производителя и розницы; Π_{ojj} – общая прибыль производителя и розницы.

$$D_{ni} = K_i * OЦ_i \quad \Pi_{ni} = K_i * (OЦ_i - C), \quad (2)$$

$$D_{nij} = K_{ij} * PЦ_{ij} \quad P_{rij} = K_{ij} * (PЦ_{ij} - OЦ_i), \quad (3)$$

$$D_{ojj} = D_{ni} + D_{rij} \quad \Pi_{ojj} = \Pi_{ni} + P_{rij}. \quad (4)$$

Из полученных в результате расчета значений Π_{ni} выбирается максимальное и ему в соответствие ставится значение $OЦ_i$, которое вносится в договор купли-продажи как условие договора, обеспечивающее производителю максимальную доходность.

В табл. 1–3 приведены результаты расчетов по вышеописанной методике для модельной ситуации, когда значение свободного члена в (1) принималось равным 50, 100 и 200 соответственно. На рис. 1–3 приведены графики зависимости Π_n , P_r , Π_o от $OЦ$ для различных значений A . На рис. 1 максимум прибыли производителя соответствует значению оптовой цены в 30 единиц. Поскольку это значение в 3 раза превосходит значение себестоимости, становится понятно, как много мог «не добрать» производитель, если бы устанавливал цену выхода на рынок, исходя из себестоимости и среднестатистической доходности. Естественно, что в условиях реальной реализации этот «недобор» очень быстро компенсировал бы ритейлер.

В таблицах не представлены все сочетания оптовых и розничных цен, для которых вычислялось значение прибыли (это потребовало бы слишком много места и ничего бы не добавило для понимания процесса). В каждой строке значению оптовой цены уже поставлено в соответствие значение розничной, обеспечивающей максимум прибыли. Поскольку вычисления проводились в EXCELE с использованием SOLVERa, то последний был сразу настроен на поиск максимального значения прибыли.

Таблица 1

Результаты расчетов (A = 50)

Себест.	Опт. цена	Розн. цена	Кол-во	Доход розн.	Прибыль розн.	Доход произв.	Прибыль произв.	Прибыль общ.
10	10	55	45	2475	2025	450	0	2025
10	20	60	40	2400	1600	800	400	2000
10	30	65	35	2275	1225	1050	700	1925
10	40	70	30	2100	900	1200	900	1800
10	50	75	25	1875	625	1250	1000	1625
10	60	80	20	1600	400	1200	1000	1400
10	70	85	15	1275	225	1050	900	1125
10	80	90	10	900	100	800	700	800
10	90	95	5	475	25	450	400	425
10	100	100	0	0	0	0	0	0

Таблица 2

Результаты расчетов (A = 100)

Себест.	Опт. цена	Розн. цена	Кол-во	Доход розн.	Прибыль розн.	Доход произв.	Прибыль произв.	Прибыль общ.
10	10	30	20	600	400	200	0	400
10	15	33	18	569	306	263	88	394
10	20	35	15	525	225	300	150	375
10	25	37	13	469	156	313	188	344
10	30	40	10	400	100	300	200	300
10	35	42	8	319	56	263	188	244
10	40	45	5	225	25	200	150	175
10	45	47	3	119	6	113	88	94
10	50	50	0	0	0	0	0	0

Таблица 3

Результаты расчетов (A = 200)

Себест.	Опт. цена	Розн. цена	Кол-во	Доход розн.	Прибыль розн.	Доход произв.	Прибыль произв.	Прибыль общ.
10	10	105	95	9975	9025	950	0	9025
10	20	110	90	9900	8100	1800	900	9000
10	30	115	85	9775	7225	2550	1700	8925
10	40	120	80	9600	6400	3200	2400	8800
10	50	125	75	9375	5625	3750	3000	8625
10	60	130	70	9100	4900	4200	3500	8400
10	70	135	65	8775	4225	4550	3900	8125
10	80	140	60	8400	3600	4800	4200	7800
10	90	145	55	7975	3025	4950	4400	7425
10	100	150	50	7500	2500	5000	4500	7000
10	110	155	45	6975	2025	4950	4500	6525
10	120	160	40	6400	1600	4800	4400	6000
10	130	165	35	5775	1225	4550	4200	5425
10	140	170	30	5100	900	4200	3900	4800
10	150	175	25	4375	625	3750	3500	4125
10	160	180	20	3600	400	3200	3000	3400
10	170	185	15	2775	225	2550	2400	2625
10	180	190	10	1900	100	1800	1700	1800
10	190	195	5	975	25	950	900	925
10	200	200	0	0	0	0	0	0

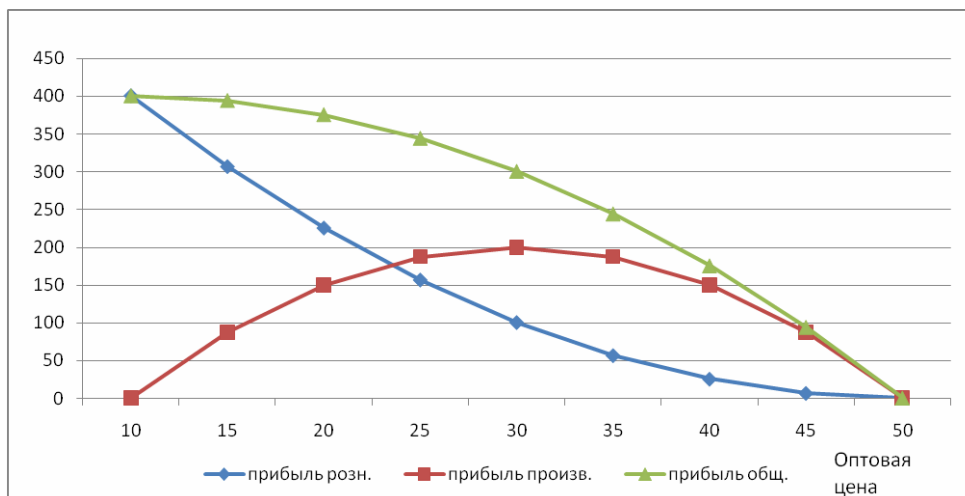


Рис. 1. Зависимость прибыли от значения оптовой цены (A = 50)

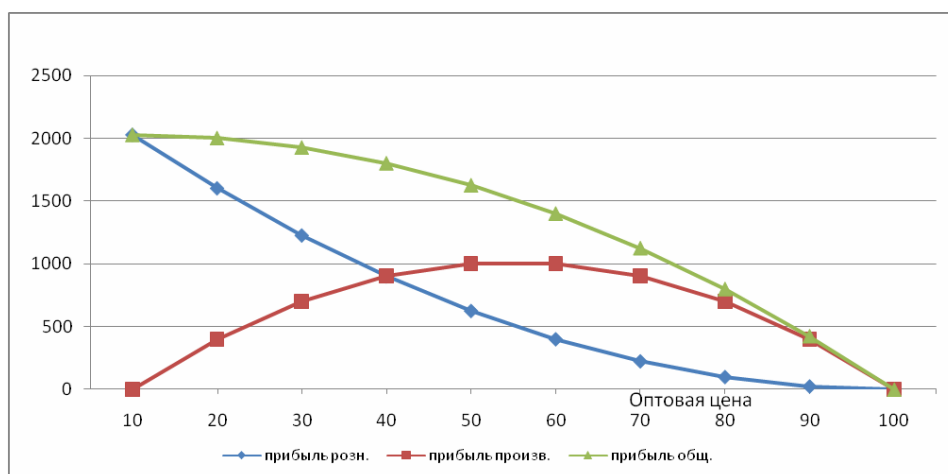


Рис. 2. Зависимость прибыли от значения оптовой цены (A = 100)

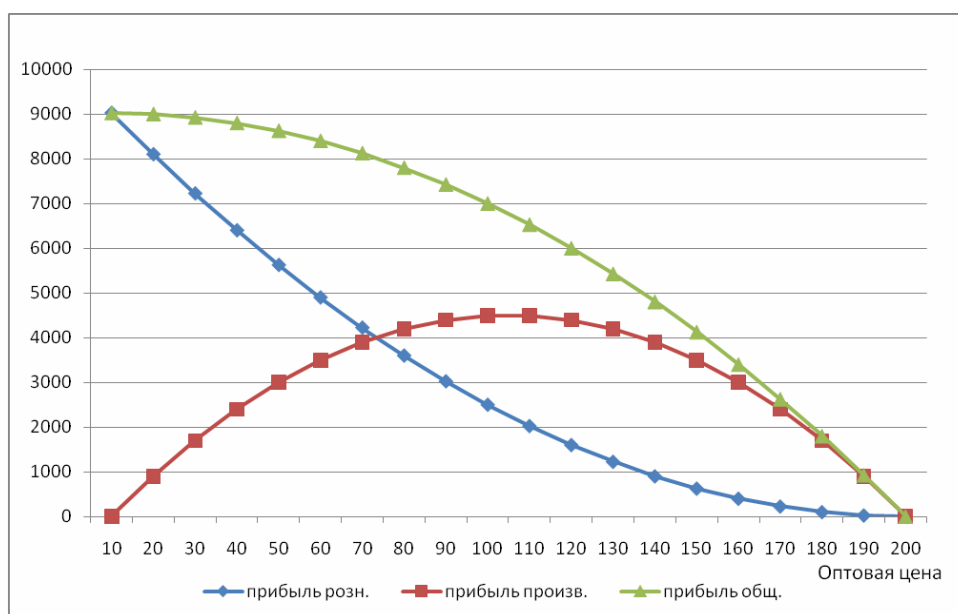


Рис. 3. Зависимость прибыли от значения оптовой цены (A = 200)

При различных значениях A меняется значение оптовой цены, обеспечивающей максимум прибыли. С нашей точки зрения это вполне естественно, так как значение A соответствует количеству желающих купить товар по представленной цене и при его повышении цену можно повышать, повышая тем самым и прибыль. Более существенным обстоятельством является то, что при всех рассмотренных значениях A сохраняется характер зависимости прибыли от цены с явно выраженным максимумом.

Аналогичные расчеты проводились для нелинейных видов зависимости цена – спрос (кривых спроса). В частности, сравнивались функции типа

$$K = A * e^{-P/C}, K = A/P/C,$$

где A – константа.

Расчеты показали, что применение нелинейных зависимостей несущественно изменяли значение оптимизируемой цены, одновременно существенно повышая трудоемкость вычислений.

Предложенной методикой можно пользоваться для решения обратной задачи. Если по условиям взаимоотношений производителя и ритейлера в силу разных причин цена не может изменяться в широком диапазоне и оптимизация цены не является первостепенной задачей, данная методика может быть использована для расчета оптимального размера (объема) продаваемой партии товара.

Существует еще один параметр, оптимизация которого возможна с применением описанной методики. Если ритейлер и производитель – аффилированные лица, то есть смысл оптимизировать общую прибыль, не разделяя ее на составные части. Именно для этого на рис. 1–3 приведена зависимость общей прибыли.

И, наконец, предложенная методика легко экстраполируется на трехзвенную структуру, когда в технологической цепи реализации появляется, например, оптовое звено, и передача товара осуществляется от производителя к оптовику, а от него – к ритейлеру.

Чуть выше отмечалось, что в отдельных случаях производитель может влиять на уста-

новление розничной цены. В практической деятельности автора был случай, когда анализировалась ситуация товарного кредитования производителем оптовика в условиях трехзвенной структуры. По условиям кредита максимальная торговая наценка для оптовика ограничивалась конкретной величиной $OЦ_{max}$. Сотрудники предприятия-оптовика не могли понять, с чем связано это ограничение и обратились к автору данной работы за консультацией. Анализ ситуации на рынке данного вида товара и моделирование процесса ценообразования с использованием различных кривых спроса и вышеописанной методики подтвердили правомерность включения в договор именно этого значения торговой наценки и то, что это ограничение было обусловлено соображениями максимизации прибыли оптовика для обеспечения скорейшего погашения товарного кредита.

Таким образом, предлагаемая модель расчета позволяет определить цену выхода товара на рынок, когда других оснований для этого нет. Модель проста и удобна в использовании, экономична, позволяет вносить в нее уточняющие изменения, приближающие модельную ситуацию к практической.

Литература

1. Маршалл, А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – Изд. Кембриджского университета, 1891 / пер. с англ. – Днепропетровск: Баланд-Клуб, 2003.
2. Булатов, А.С. Экономика / А.С. Булатов. – М.: Экономистъ, 2006.
3. Цены и ценообразование / под ред. В.Е. Есипова. – СПб.: Питер, 2000.
4. Коноваленко, М.Ю. Вверх по лестнице продаж / М.Ю. Коноваленко. – СПб.: Питер, 2002.
5. Стюарт Я. Современный транзактный анализ / Я. Стюарт, В. Джойнс. – СПб.: Социально-психологический центр, 1996.
6. Уотермен, Р. Фактор обновления. Как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании / Р. Уотермен. – М.: Прогресс, 1988.
7. Маккей, Х. Как уцелеть среди акул. опередить конкурентов в умении продавать / Х. Маккей. – М.: Экономика, 1993.

Поступила в редакцию 6 ноября 2008 г.

Гузь Андрей Николаевич. Кандидат технических наук, доцент кафедры «Международный менеджмент» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – инвестиционное проектирование, анализ обращения ценных бумаг. Контактный телефон: (8-351) 265-73-22, (8-351) 900-40-46.

Gooze Andrey Nikolaevich. Candidate of engineering science, associate professor of the International Management department, International Faculty, South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: investment planning, securities access analysis. Contact phone: (8-351) 265-73-22, (8-351) 900-40-46.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

А.Е. Иванов, Е.М. Матвейшина

В статье проведен анализ современных методов оценки деловой репутации. Авторами рассмотрены как количественные, так и качественные методы оценки деловой репутации, а также области их применения. В статье авторы выявили основные достоинства и недостатки рассмотренных методов оценки деловой репутации. В статье отмечено, что оценка деловой репутации должна производиться на любой стадии функционирования организации, а не только при сделках купли-продажи.

Ключевые слова: деловая репутация организации, синергия, методы оценки деловой репутации, теория опционов, бренд, синергетический эффект, нематериальные активы, прибыль, внутренняя деловая репутация (внутреннесозданная).

В современных условиях развития бизнеса большое влияние на стоимость компании оказывают нематериальные активы. Особое место в их составе занимает деловая репутация (термин, принятый в российских стандартах бухгалтерского учета и отчетности) или ее аналог в международной практике – гудвилл (от англ. goodwill – добрая воля).

В соответствии со стандартом оценки бизнеса BVS-I (Business Valuation Standards), принятым Американским обществом оценщиков (American Society of Appraisers), гудвилл определяется как «доброе имя» фирмы и включает нематериальные активы компании, которые складываются из престижа предприятия, взаимоотношений с клиентами, местонахождения, номенклатуры производимой продукции и т. д. Эти факторы специально не выделяются и не учитываются в отчетности предприятия, но служат реальным источником прибыли [8].

Деловая репутация описывается набором качественных и количественных характеристик. Рассматривая качественную сторону деловой репутации, нужно иметь в виду, что она не может быть самостоятельным объектом сделки, т. е. неотчуждаема от конкретной организации и создается за счет индивидуальных нематериальных преимуществ данной организации перед другими (таких как клиентская база, узнаваемая торговая марка, устойчивые связи с поставщиками и клиентами, перспективность бизнеса, квалифицированный персонал и т. д.) в течение длительного периода времени. С количественной же стороны, деловая репутация – это особый вид нематериальных активов, информация о

стоимости которых должна раскрываться в финансовой отчетности. Любой нематериальный актив имеет стоимостную оценку, которая формируется путем суммирования всех фактических затрат на их создание или приобретение, но стоимостной показатель деловой репутации иногда может иметь лишь условное значение.

В международных стандартах финансовой отчетности IAS 38 «Нематериальные активы» и IFRS 3 «Объединения бизнеса» дается следующее определение деловой репутации: «Деловая репутация, приобретенная при объединении предприятий, представляет собой выплату, производимую организацией-покупателем в ожидании будущих экономических выгод от активов, которые не могут индивидуально идентифицированы и отдельно признаны» [2, 3].

Признание и оценка деловой репутации в российском бухгалтерском учете (ПБУ 14/2000 и ПБУ 14/2007) является важным шагом к приближению к международным стандартам. Согласно действующему ПБУ 14/2007, деловая репутация компании представляет собой разницу между ценой приобретения бизнеса и балансовой стоимостью активов, уменьшенной на величину обязательств. Деловая репутация приобретаемой организации относится к объектам нематериальных активов и должна отражаться в финансовой отчетности. Объектом бухгалтерского учета деловая репутация становится лишь в случае купли-продажи предприятия. Положительная деловая репутация организации рассматривается как надбавка к цене, уплачиваемая покупателем в ожидании будущих

экономических выгод, и учитывается в качестве отдельного инвентарного объекта. Отрицательную деловую репутацию организации следует рассматривать как скидку с цены, предоставляемую покупателю в связи с отсутствием факторов наличия стабильных покупателей, репутации качества, навыков маркетинга и сбыта, деловых связей, опыта управления, уровня квалификации персонала и т. п., и учитывать как прочие расходы организации [1].

Новый международный стандарт финансовой отчетности IFRS 3 «Объединения бизнеса» исключает существование отрицательной деловой репутации. Если она возникает, то проводится повторная оценка идентифицируемых активов и обязательств приобретаемой организации. В случае сохранения отрицательного значения, эта величина признается на счете прибылей и убытков в виде прибыли, которая носит фиктивный характер. Одной из причин возникновения отрицательной деловой репутации может быть завышение стоимости активов и занижение величины обязательств.

Как российские, так и международные стандарты рассматривают только приобретенную деловую репутацию. В бухгалтерском учете деловая репутация отражается после совершения слияния или поглощения организаций. Согласно ПБУ 14/2007 деловая репутация организации амортизируется, а по международным стандартам – подлежит ежегодной переоценке.

Определить стоимость, которую готов заплатить покупатель сверх стоимости чистых активов продаваемой организации, довольно сложно. Следует отметить, что общей унифицированной методики не существует. Проблема оценки деловой репутации при купле-продаже организации решается различными методами:

- оценка деловой репутации фирмы как превышение рыночной стоимости фирмы над стоимостью ее чистых активов;
- оценка деловой репутации методом избыточных прибылей;
- текущая дисконтированная оценка будущей сверхприбыли на основе методики компании Brand Finance;
- метод оценки с использованием мультипликатора M ;
- метод опционов;
- метод социологических опросов;
- экспертный метод.

Наиболее распространенным можно считать метод расчета стоимости деловой репу-

тации как разницы между рыночной ценой компании и рыночной стоимостью чистых активов фирмы. Применение данного метода регламентируется как российскими, так и международными стандартами финансовой отчетности. Однако существенным недостатком такого метода является невозможность априорной оценки деловой репутации, планируемой к поглощению организации.

Способ оценки деловой репутации методом избыточных прибылей заключается в определении способности организации получать в будущие периоды большую прибыль, чем среднеотраслевая, используя активы, находящиеся в ее распоряжении. Проведение такой оценки осуществляется в несколько этапов [6, 7].

I этап. Определение прибыли будущих периодов.

В учетно-аналитической практике оценки будущей прибыли распространен метод экстраполяции на будущие периоды ее динамики за прошлые периоды. В упрощенном варианте для этого используются данные отчетности за ряд последних лет (3–5), на основании которой определяется прибыль будущих периодов $P_{\text{он}}$ как средняя арифметическая из суммы прибыли за эти периоды:

$$P_{\text{он}} = \sum_{i=1}^a P_i / a,$$

где $\sum_{i=1}^a P_i$ – сумма прибыли организации за последние годы, a – количество периодов, i – шаг расчета.

По мнению ряда авторов, оценщик должен убрать неоперационные доходы из фактической чистой прибыли предприятия. Кроме того, «аномальные годы» с уровнем прибыли значительно выше или ниже среднего должны быть исключены из рассмотрения, так как это может привести к недооценке или переоценке предприятия.

II этап. Определение уровня прибыльности, нормального для данной отрасли.

На основании данных публикуемой отчетности организации или официальных статистических публикаций определяются среднеотраслевые показатели прибыльности D_{cro} как отношение прибыли к балансовой стоимости активов в среднем по организациям отрасли:

$$D_{\text{cro}} = P_{\text{cro}} / A_{\text{cro}},$$

где P_{cro} – среднеотраслевая прибыль; A_{cro} – стоимость активов в среднем по организациям отрасли.

III этап. Определение прогнозной прибыли покупаемой фирмы при нормальном уровне прибыльности.

Прогнозная прибыль P_{nz} определяется как произведение балансовой стоимости активов данной организации и среднеотраслевого уровня прибыльности:

$$P_{nz} = БСА \cdot D_{cpo},$$

где $БСА$ – балансовая стоимость активов.

IV этап. Определение превышения расчетной прибыли будущих периодов данной организации над расчетным прогнозным уровнем ее прибыли в следующем учетном периоде.

Превышение прибыли $\Delta П$ исчисляется как разность оценочного показателя прибыли организации следующего учетного периода и прогнозной прибыли, определенной на третьем этапе, оценочный показатель – как произведение доходности организации, определенной на основе данных прошлых периодов, и балансовой стоимости ее активов:

$$\Delta П = \left(\frac{П_{\text{он}}}{A_{\text{мн}}} \cdot БСА \right) - P_{nz},$$

где $\frac{П_{\text{он}}}{A_{\text{мн}}} \cdot БСА = \bar{П}_{\text{он}}$ – оценочный показатель;

$П_{\text{он}}$ – прибыль будущих периодов, определенная на основе данных прошлых лет на первом этапе; $A_{\text{мн}}$ – средняя балансовая стоимость активов, определенная как среднеарифметическая за последние годы.

V этап. Расчет деловой репутации.

Расчет деловой репутации является количественным отражением превышения прибыли организации над нормальным уровнем. Важно установить, в течение какого периода будет сохраняться это превышение. Период превышения зависит от длительности действия факторов, определяющих наличие деловой репутации. Зная размер превышения прибыли организации над нормальным уровнем, предполагаемое число лет, в течение которых он будет сохраняться, можно вычислить и саму деловую репутацию $ДР$ как нынешнюю стоимость превышения прибыли над нормальным уровнем в течение нескольких периодов:

$$ДР = \frac{\Delta П \cdot n}{r},$$

где n – предполагаемое число лет, в течение которых будет сохраняться превышение прибыли над нормальным уровнем; r – ставка дисконтирования.

Правильность выбора ставки дисконтирования является важнейшей проблемой при

использовании метода избыточных прибылей для расчета стоимости деловой репутации. Определение ставки дисконтирования зависит от конкретных обстоятельств и диктуется, прежде всего, степенью риска потери деловой репутации.

Обоснование ставки дисконтирования – это одна из основных проблем оценки текущей стоимости чистых доходов предприятия. Использование низкой ставки может завысить дисконтированную стоимость будущих денежных потоков, и покупатель заплатит большую сумму за потоки доходов, которые фактически окажутся меньше ожидаемых. В результате новый собственник может понести серьезные убытки. Завышенная ставка дисконта может привести к финансовым потерям собственника, который от продажи предприятия, в результате необоснованного занижения его цены или рыночной стоимости, не получит адекватного возмещения капитала.

Данный метод оценки по сути никак не выделяет роль деловой репутации в процессе создания сверхнормативной прибыли, так как основан на статистических показателях.

По методике Brand Finance деловая репутация оценивается через дисконтирование прогнозных и постпрогнозных потоков прибыли, генерируемой деловой репутацией. Методика Brand Finance основывается на утверждении, что репутация – это бренд и широко используется специалистами-маркетологами.

Стоимость деловой репутации при использовании этой методики определяется в два этапа. На первом этапе выявляются избыточные доходы, которые получила организация за счет работы деловой репутации (гудвилл), на втором этапе происходит дисконтирование этих доходов. Компанией Brand Finance разработана особая методика расчета ставки дисконтирования. Для дисконтирования потока доходов используется ставка дисконта, рассчитанная по формуле

$$R = Rf + b - \text{бренд} \cdot Rf,$$

где Rf – безрисковая норма доходности; b – бренд – коэффициент, который определяется с помощью графика, характеризующего силу деловой репутации (гудвилл). В первой части формулы отражена безрисковая норма доходности, которая корректируется и определяется индивидуально для каждой организации.

Прогнозирование потоков прибыли, которая может быть получена от реализации товаров и услуг компании, имеющей значительную корпоративную репутацию, осуществляется с

помощью специально разработанных фирмой Interbrand отраслевых коэффициентов.

Метод оценки деловой репутации через мультипликатор M основывается на исторических результатах деятельности компании. Мультипликатор M принимает значения в диапазоне от 0 до 20 и рассчитывается по уравнению:

$$y = -0,900293X_1 + 55,1202X_2 + 11,0116X_3 - 39764X_4 + 1600681X_5,$$

где X представляет собой значение силы гудвилл, деленное на 100.

Сначала путем индексации на величину инфляции определяется текущая стоимость прибыли компании на собственный капитал за каждый из трех предшествующих годов. Затем на основании отраслевых коэффициентов Interbrand из полученных величин выделяется прибыль, приходящаяся на гудвилл. После этого рассчитывается чистая прибыль от деловой репутации (прибыль, приходящаяся на гудвилл, минус налог на прибыль), которая взвешивается в соответствии с коэффициентами: 1/6 (для чистой прибыли за двухлетний период), 2/6 (для чистой прибыли за предпоследний год) и 3/6 (для чистой прибыли за последний год). Полученная взвешенная чистая прибыль от гудвилл, умноженная на мультипликатор M , и дает стоимость деловой репутации.

Изначально теория опционов использовалась только для операций с ценными бумагами, но позднее ее стали применять и в реальной экономике, так как многие процессы в бизнесе можно представить в виде опционов. В частности, если фирма берет банковский кредит или выпускает облигационный заем, она фактически продает активы кредиторам, имея при этом колл-опцион на их выкуп (по цене основного долга с процентами). Если к моменту погашения займа стоимость активов превысит обязательства, компания погасит долг, сняв тем самым обременение со своего имущества; в противном случае она предпочтет не исполнить опцион и подвергнуться процедуре банкротства.

Используя формулу, разработанную в 1973 году Ф. Блэком и М. Шольцом для определения стоимости опциона, можно определить стоимость бизнеса [5]

$$\begin{aligned} \text{Колл-опцион} &= \\ &= P \cdot N(d_1) - EX \cdot \exp(-r \cdot t) \cdot N(d_2), \end{aligned}$$

$$\text{где } d_1 = \frac{\ln(P/EX) + (r + \sigma^2/2) \cdot t}{\sigma \cdot t^{0,5}};$$

$$d_2 = d_1 - \sigma \cdot t^{0,5}; \quad N(d_1), N(d_2) - \text{вероят-}$$

ность функции плотности; P – стоимость активов фирмы, под ценой исполнения; EX – номинальная стоимость долга; t – дюрация (продолжительность) долга, когда обязательства компании представляются в виде эквивалентной бескупонной облигации со сроком погашения, равным t , σ – стандартное отклонение стоимости активов компании; r – безрисковая процентная ставка.

Если решить обратную задачу, т. е. зная стоимость бизнеса можно определить рыночную стоимость активов, после чего определяется деловая репутация путем вычитания из рыночной цены активов их балансовой стоимости [5].

Кроме стоимостной оценки деловой репутации, осуществляемой, как правило, при планировании слияния или поглощения, либо после его осуществления, корпорации нуждаются в сравнительной оценке своей деловой репутации и деловой репутации конкурентов. Чаще всего такая оценка производится с применением метода социологических опросов, основанном на мнении о компании ее целевой аудитории, и экспертном методе, базирующемся на рейтинговых оценках отдельных показателей деятельности корпораций. Такую оценку осуществляют, главным образом, специализированные компании.

В международном деловом сообществе используются параметры, по которым проводится оценка деловой репутации, например, рейтинг репутации журнала «Fortune» [7]:

- качество менеджмента;
- качество продукта;
- способность привлечь и удержать квалифицированные кадры;
- финансовая прочность;
- эффективное использование активов;
- инвестиционная привлекательность;
- склонность к привлечению новых технологий;
- социальная ответственность и защита окружающей среды.

Существуют отечественные рейтинги деловой репутации крупных корпораций. Например, такие исследования проводятся журналом «Эксперт», который выделяет следующие оценочные показатели [6]:

- квалификация руководства;
- успех на российском рынке;
- успех на внешнем рынке;
- умение лидировать в своей отрасли;
- наличие распознаваемого имиджа;
- привлекательность для инвесторов;

- умение создать лучшие условия для персонала;
- умение заручиться поддержкой деловых кругов;
- умение справиться с последствиями кризиса.

Между рейтингами журналов «Fortune» и «Эксперт» имеются существенные различия. Если «Fortune» исследует в основном конкурентные преимущества на конкретном рынке, то «Эксперт» больше интересуют показатели, влияющие на общий синергетический эффект корпорации.

Проведенный анализ существующих подходов к оценке деловой репутации организаций позволил разделить их на две большие группы (качественные и количественные подходы) и сформулировать следующие их достоинства и недостатки (см. таблицу).

Методы качественного подхода не предполагают точной оценки деловой репутации. Они основаны на выражении мнений людей, которые зачастую субъективны. Используя методы качественного подхода можно сделать выводы лишь о том, в каком направлении (положительном или отрицательном) изменилась деловая репутация организации. Но зачастую этого недостаточно и нужна оценка деловой

репутации организации в стоимостном выражении. Для этих целей применяются количественные подходы. Необходимость в оценке деловой репутации возникает в основном при покупке или продаже организаций, а также слияниях или поглощениях предприятий.

Рассмотренные количественные подходы позволяют оценить лишь приобретенную деловую репутацию. Так, например, использовать метод оценки деловой репутации фирмы как превышение рыночной стоимости фирмы над стоимостью ее чистых активов возможно только в случае совершения сделки.

Рассмотренная методика Brand Finance основывается на утверждении что репутация – это бренд. Бренд – это совокупность товарного знака и заработанной им репутации. Товарный знак можно продать или передать во временное пользование, а деловая репутация нераздельно связана с конкретной организацией. Таким образом, методика Brand Finance позволяет оценить именно стоимость бренда, а не стоимость деловой репутации организации.

Деловая репутация во многих компаниях является значимым активом, однако существующие методы оценки деловой репутации предназначены только для оценки приобретенной деловой репутации организации, хотя

Достоинства и недостатки методов оценки деловой репутации

Название метода	Достоинства методов	Недостатки методов
Качественный подход		
Метод социологических опросов	Дешевый и простой. Может применяться для экспресс-оценки	Мнения людей субъективны
Экспертный метод	Рейтинги составляются независимыми агентствами	В качестве объектов часто используются только крупные компании
Название метода	Достоинства методов	Недостатки методов
Количественные подходы		
Оценка репутации фирмы как превышение рыночной стоимости фирмы над стоимостью ее чистых активов	Является наиболее точным, так как фактическая рыночная цена приобретаемой организации уже определена.	Можно определить лишь по факту сделки (апостериорная оценка), при постановке на баланс купленной компании
Метод избыточных прибылей	Может использоваться как для малых предприятий, так и для крупных	Сложно определить ставку дисконтирования
Текущая дисконтированная оценка будущей сверхприбыли на основе методики компании Brand Finance	Безрисковая ставка определяется для каждой организации индивидуально, а не в целом для конкретной отрасли	Засекреченный порядок расчета коэффициента «b-бренд»
Метод оценки с использованием мультипликатора <i>M</i>	Учитывает динамику изменения стоимости конкретной организации	Применим для организаций, которые давно работают
Метод опционов	Использование метода опционов дает результаты в том случае, если значимые решения, такие как продажа бизнеса, могут быть приняты, если будущая неопределенность в отношении технологии или ситуации на рынке может быть использована для повышения доходов	Необходимо наличие команды квалифицированных аналитиков, которые могут выявить опционы, грамотно их интерпретировать и рассчитать. Существует риск дополнительных капитальных затрат и затрат на получение новой информации, которые могут быть неостребованны

внутренне созданная деловая репутация, играющая важную роль для предприятия, не оценивается вообще и по существующим стандартам финансовой отчетности как российским, так и международным, не признается активом. Необходимость стоимостной оценки внутренней деловой репутации возникает при определении маркетинговой компании, прогнозировании эффективности инвестиций, а также при управлении организацией, которое направлено на увеличение ее стоимости. Деловая репутация организации приносит более долгосрочные доходы, чем, например, рекламная кампания, так как причинами формирования деловой репутации могут быть высококвалифицированный управленческий персонал, эффективная мотивация персонала, устойчивые отношения с поставщиками, преимущества местоположения организации и т. д.

Любая успешно работающая фирма должна иметь положительную внутренне созданную деловую репутацию. В противном случае, она может стать объектом поглощения с целью распродажи ее активов по частям, поскольку отрицательный гудвилл означает, что суммарная рыночная оценка чистых активов превосходит цену, по которой оценивает фирму рынок (о такой фирме говорят, что она недооценена), то есть выгодно фирму купить с намерением, например, последующей ее ликвидации и распродажи активов. В связи с этим, актуальным становится вопрос разработки метода оценки деловой репутации на любой стадии функционирования организации, а не только при ее купле-продаже. На наш взгляд, такой метод оценки деловой репутации должен позволять определить синергию, генерируемую организацией. Синергетический эффект отражает качество работы системы (организации) в целом, т. е. эффективность использования ее элементов и является следствием взаимодействия большого числа

факторов, носящих первично как экономический, так и иной характер и проявляется как достижение рыночных и внутриорганизационных преимуществ перед конкурентами, что, в конечном счете, выражается в увеличении стоимости организации [4]. Иными словами ДР может являться стоимостной оценкой степени (качества) системной организации, трактуемой иногда как «эффект синергии». Представляется рациональным рассматривать синергетические эффекты в разрезе операционной, финансовой и инвестиционной деятельности организации и, выделив конкретные виды, оценивать их влияние на стоимость деловой репутации. Такая оценка позволит оперативно оценивать последствия принятия управленческих решений с точки зрения их влияния на стоимость компании.

Литература

1. ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов». Утв. приказом Минфина РФ от 27.12.07 №153н.
2. IAS 38 «Нематериальные активы» // Консультант плюс. – 2008.
3. IFRS 3 «Объединения предприятий» // Консультант плюс. – 2008.
4. Иванов, А.Е. Достижение синергетического эффекта как критерий эффективности вертикальной интеграции промышленных предприятий / А.Е. Иванов // *Общэкономические концепции функционирования предприятия в условиях рынка: межвузовский сб. науч. тр.* – Тольятти: Изд-во ТГАС, 2005.
5. Лашихия, В.Ю. Определение деловой репутации компании методом опционов / В.Ю. Лашихия // *Финансовая газета.* – 2001. – № 18.
6. Зайчатникова, Е. Сколько стоит деловая репутация? / Е. Зайчатникова // *Русский Фокус.* – 2002. – №24(61).
7. Школи, А. Как оценить деловую репутацию / А. Школи. – <http://www.finansmag.ru/4938>.
8. Самсонов, В. Как оценить гудвилл / В. Самсонов, С. Харченко // *Финансовый директор.* – 2004. – № 2.

Поступила в редакцию 26 декабря 2008 г.

Иванов Алексей Евгеньевич. Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, управление и инвестиции» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – оценка синергетического эффекта. Контактный телефон (351) 267-92-80.

Ivanov Aleksey Evgenyevich. Candidate of Economics, associate professor at the Economics, Management and Investments department of South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interest: synergetic effect estimation. Contact phone (351) 267-92-80.

Матвийшина Евгения Михайловна. Ассистент кафедры «Экономика, управление и инвестиции» Южно-Уральского государственного университета г. Челябинск. Область научных интересов – оценка и учет деловой репутации организации. Контактный телефон (351) 267-92-80, e-mail: mem_03@list.ru

Matviyshina Evgeniya Mikhailovna. Assistant at the Economics, Management and Investments department, South Urals State University, Chelyabinsk. Scientific interests: estimation and regarding of company's goodwill. Contact phone (351) 267-92-80.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КАРТЫ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КАПИТАЛИЗАЦИЕЙ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В.Г. Мохов, Д.С. Лысенко

Статья посвящена проблеме управления капитализацией с помощью стратегических карт. Рассмотрены основные модели стратегических карт, существующие на сегодняшний момент, сформулированы их основные преимущества и недостатки. Авторы пришли к выводу, что стратегические карты являются одним из основных инструментов описания долгосрочных планов. В статье разработана модель стратегической карты повышения капитализации промышленного предприятия.

Ключевые слова: стратегические карты, капитализация, стоимость, система, менеджмент, модель, предприятие, промышленность, капитал, стратегия, активы, фактор, концепция, планирование, эффективность, цель.

В современных условиях развития рыночной экономики большинство предприятий стараются повысить эффективность своей деятельности. Для этого нужно выработать определенный план действий. Поэтому организации сталкиваются с проблемами выработки миссии, ключевых ценностей, целей компании и, конечно, стратегии. Но сформулировать стратегию предприятия – это еще полдела. Основной же сложностью является процесс реализации стратегии, доведения до каждого сотрудника конкретных инструкций и четких указаний для достижения результата.

Определение и документирование причинно-следственных связей между отдельными стратегическими целями является одним из основных элементов мощного инструмента стратегического менеджмента – сбалансированной системы показателей. Устанавливаемые причинно-следственные связи отражают наличие зависимостей между отдельными целями. В ходе такой работы неявные представления менеджеров о наличии причинно-следственных связей между отдельными целями становятся явными. Такая работа позволяет гармонизировать различные представления о путях реализации стратегии. Стратегические цели не являются независимыми и оторванными друг от друга, наоборот, они тесно друг с другом связаны и влияют друг на друга. Успех той или иной стратегии зависит от взаимодействия многих факторов. Р. Каплан и Д.Нортон, первые, кто начал использовать для отражения причинно-следственных цепочек термин «стратегические карты» [1].

Именно выработка стратегических карт на предприятии помогает генерировать уси-

лия сотрудников, структурировать реализацию стратегии.

Стратегическая карта (strategy map) – это одностраничное описание стратегии в виде набора причинно-следственных связей. Стратегическая карта превращает стратегию из редко используемого документа, хранимого в далеко спрятанной пыльной папке, в план действий [2]. Пример фрагмента стратегической карты представлен на рис. 1.

Р. Каплан и Д. Нортон, говоря о стратегических картах, выделили четыре ключевых аспекта деятельности организации:

- как должна выглядеть преуспевающая организация в глазах своих акционеров?
- какой имидж должна иметь организация в глазах потребителей, чтобы преуспеть в реализации своей миссии?
- в организации каких внутренних бизнес-процессов компания должна преуспеть, чтобы оправдать ожидания акционеров и потребителей?
- каким образом организация должна действовать, чтобы реализовать свою миссию [2]?

Проанализировав литературные источники по данной тематике, мы пришли к выводу о том, что существуют модели, подобные моделям стратегических карт, описанных Нортоном и Капланом. Их основное предназначение – это определение наиболее оптимального пути реализации общей стратегии промышленного предприятия. К их числу относится модель Л. Мейселя. Ее схожесть с моделью Д. Нортона и Р. Каплана заключается в том, что в ней также применяется четыре основные перспективы – это финансы, клиенты, бизнес-процессы, обучение и развитие.

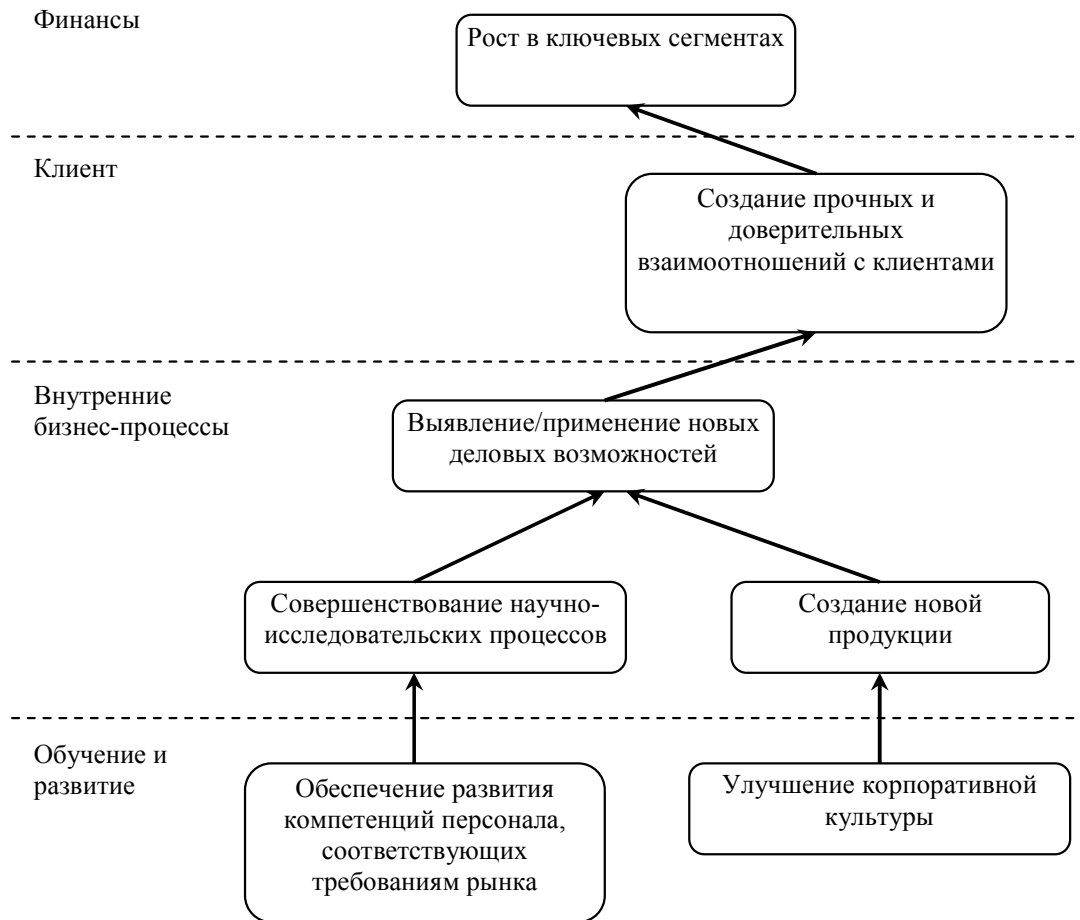


Рис. 1. Пример фрагмента стратегической карты

Отличие этих моделей заключается в том, что в перспективу «обучение и развитие», вводится блок «трудовые ресурсы». Он включает: совершенствование набора персонала, его мотивацию. В целом же модель Мейселя идентична модели Нортон и Каплана. Выделение отдельной перспективы трудовых ресурсов Л. Мейсель аргументирует тем, что менеджеры обязаны уделять первостепенное внимание и уметь оценивать эффективность деятельности как организации в целом, так и ее сотрудников.

В научных трудах К. Мак-Найра, Р. Линча и К. Кросса рассматривается модель под названием «Пирамида деятельности компании». Как и в рассмотренных выше моделях, ее основная идея состоит в ориентации на потребителя и выявлении причинно-следственных связей в общей стратегии организации и финансовыми показателями. «Пирамида деятельности» основывается на концепции всеобщего управления качеством и промышленными разработками, а также учета затрат по видам деятельно-

сти в цепочке ценностей организации. «Пирамида деятельности» включает четыре уровня организационной структуры и характеризует систему двусторонней связи, необходимую для того, чтобы распространить идеи корпоративной миссии и стратегии на разных уровнях организационной иерархии. Представленная здесь группа показателей скорее отражает некоторые качественные характеристики, общие для всех или для части уровней организационной иерархии. К этим качественным характеристикам относятся удовлетворение потребителей, гибкость и производительность. Они выступают в качестве связующего звена между верхними и нижними уровнями пирамиды. Эти качественные характеристики играют основную роль в достижении маркетинговых и финансовых целей организации, то есть целей второго уровня. Кроме того, такие показатели четвертого уровня, как качество, время доставки, операционный цикл и уровень брака, прямо вытекают из них. В частности, качество и время доставки прямо связаны с эффективностью

внешних операций организации, а операционный цикл и уровень брака отражают эффективность ее внутренних операций. На нижнем уровне пирамиды, посвященном операционной деятельности, эффективность функционирования оценивается за день, за неделю или за месяц. На верхних уровнях оценка проводится не так часто и с использованием преимущественно финансовых показателей. С точки зрения К. Мак-Найра и его соавторов, оценка должна проводиться на основе комплексной системы показателей, в которой показатели операционной деятельности на нижних уровнях увязывались бы с финансовыми показателями на верхних уровнях. Это позволило бы топ-менеджерам организации определить, за счет чего достигаются те или иные значения финансовых показателей и какие факторы при этом играют решающую роль [5].

К. Адамс и П. Робертс предложили еще одну модель, которую они назвали EP²M (Effective Progress and Performance Measurement – оценка эффективности деятельности и роста).

Согласно этой модели, наибольшее значение имеет оценка эффективности деятельности организации в четырех направлениях:

- во внешней среде – обслуживание потребителей и удовлетворение спроса;
- во внутренней среде – повышение эффективности и производительности;
- сверху вниз в организационной иерархии – распространение и адаптация общей стратегии организации на все нижние уровни организационной структуры, стимулирование перемен;
- снизу вверх в организационной иерархии – усиление влияния акционеров и расширение свободы действий работников [6].

В соответствии с концепцией К. Робертса и П. Адамса система оценки деятельности организации должна быть направлена не только на реализацию стратегии, но и на выработку корпоративной культуры, признающей постоянное движение вперед обычным стилем жизни. Эффективная система оценки обеспечивает действенный контроль и быструю обратную связь [6].

Таким образом, на основе анализа существующих моделей стратегических карт можно сделать вывод о том, что идеи Р. Каплана, Д. Нортон и других ученых, занимавшихся этим вопросом, направлены на решение следующих проблем.

1. Наглядное представление стратегии промышленного предприятия.

2. Определение причинно-следственных связей между основными факторами, образующими стоимость.

3. Объединение финансовых и нефинансовых факторов создания стоимости.

Также целью нашего исследования является разработка стратегической карты для предприятия электроэнергетики ОАО «Челябэнергосбыт» в процессе внедрения системы сбалансированных показателей и ее интеграции с концепцией стоимостно-ориентированного управления. Поэтому особый интерес для предприятия представляет ориентир, направленный на повышение его капитализации. Следовательно, и фокусирование внимания разработанной стратегической карты направлено на решение этой же задачи (рис. 2). Связи показывают, достижению каких целей будет содействовать достижение рассматриваемой цели. Такая «стратегическая карта» используется не только как инструмент коммуникации стратегии объекта исследования, но и как вариант графического представления ключевых факторов создания стоимости.

В результате проведенного исследования можно сделать выводы о том, что применение стратегических карт в стратегическом управлении промышленного предприятия определяет следующее:

- удобный формат для пропаганды стратегии компании;
- анализ причинно-следственных зависимостей среди прочих факторов в качестве необходимого условия, а также стратегическое видение в качестве основы выбора направления движения;
- систематическое обсуждение достижения поставленных в стратегических картах целей, которое может заменить традиционные методы планирования и контроля чисто финансовых показателей [2];
- единое понимание стратегии;
- содействие налаживанию сотрудничества между руководителями;
- создание модели, объясняющей пути достижения успеха (но она не описывается полностью, поскольку в системе BSC не учитываются внешние факторы и поскольку та или иная цель может быть не достигнута из-за неправильного выполнения одного из запланированных мероприятий, способствующего достижению цели) [3].

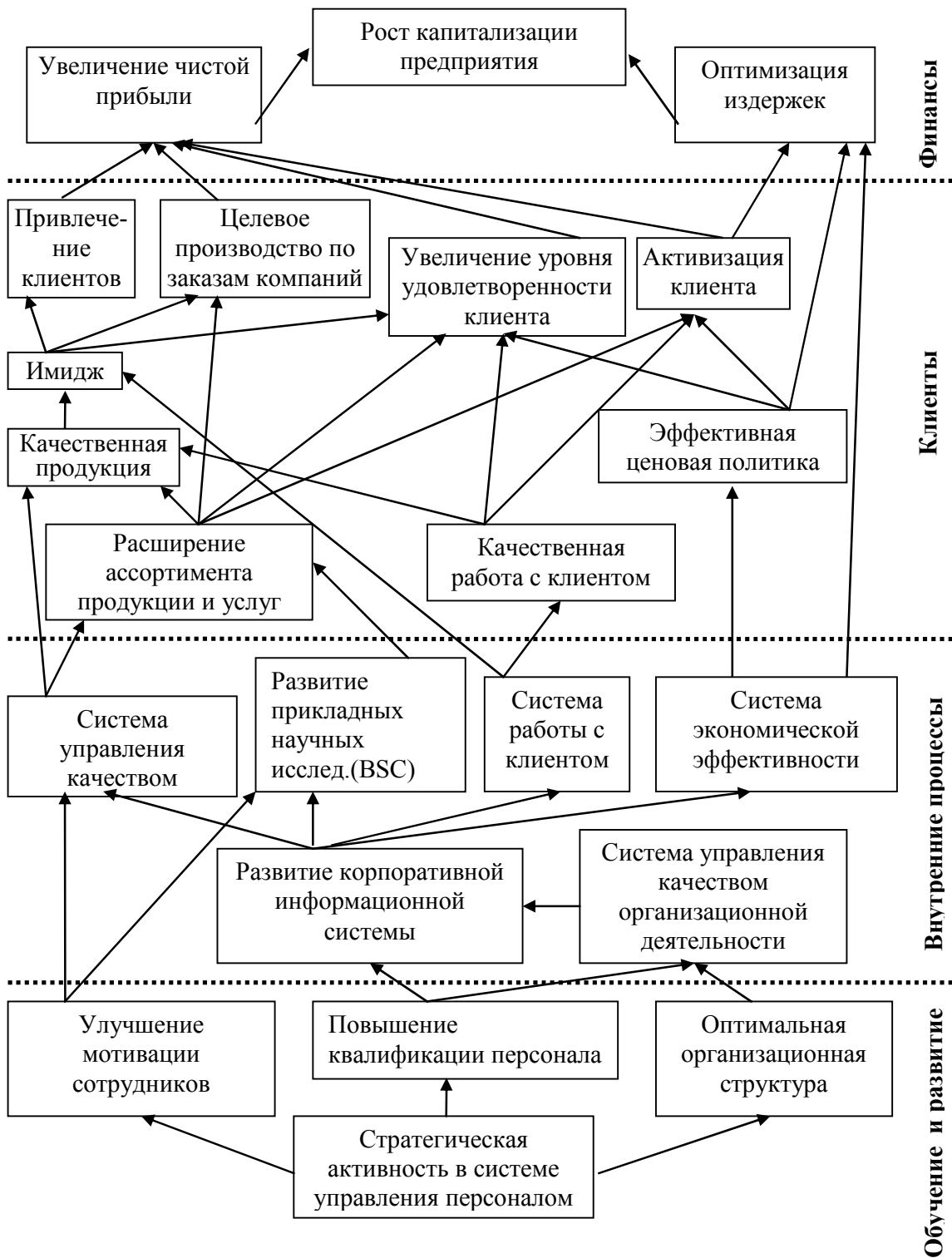


Рис. 2. Стратегическая карта промышленного предприятия, ориентированного на рост капитализации

Следовательно, разработанная стратегическая карта повышения капитализации промышленного предприятия наглядно показывает все этапы приращения капитала промышленного предприятия. Разработанная стратегическая карта делает процесс повышения капитализации объекта исследования сбалансированным, что обеспечивает устойчивый и постоянный рост капитализации.

Литература

1. www.scorecard.ru
2. Kaplan, R.S. *Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System* / R.S. Kaplan, D.P.

Norton // Harvard Business Review, 1996. – January/February. – P. 82.

3. *Внедрение сбалансированной системы показателей // Horvath & Partners. – М., 2005.*

4. Гершун, А. *Сбалансированная система показателей* / А. Гершун, Ю. Нефедьева // *Контролинг в России. – 2003. – № 5.*

5. Ольше, Н.-Г. *Оценка эффективности деятельности компании* / Н.-Г. Ольше, Ж. Рой, М. Веттер; пер. с англ. – М.: Изд-во «Вилс», 2003. – 304 с.

6. *Оценка эффективности деятельности компании. Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей*; пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2003. – 40 с.

Поступила в редакцию 10 марта 2009 г.

Мохов Вениамин Геннадьевич. Доктор экономических наук, заведующий кафедрой предпринимательства и менеджмента, заместитель декана факультета экономики и предпринимательства по науке Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – вопросы повышения эффективности деятельности промышленного производства. Контактный телефон: (8-351) 267-96-23.

Veniamin Gennadievich Mokhov. Doctor of Economics, Head of Business and Management department, Deputy Dean of the Economics and Business Faculty, South Ural State University. Scientific interests: problems of the industrial manufacturing efficiency increasing. Phone 8(351)267-96-23.

Лысенко Дмитрий Сергеевич. Ассистент, аспирант очной формы обучения кафедры предпринимательства и менеджмента Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – стратегический менеджмент, анализ проблем повышения капитализации промышленных предприятий. Контактный телефон: (8-351) 267-96-23, 8-950-737-9662.

Dmitry Sergeevich Lysenko. Assistant, internal post-graduate student of the Business and Management department of South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: strategic management, analysis of the problems of industrial companies' capitalization increasing. Phone 8(351)267-96-23, 8-950-737-9662.

ОБ УСТОЙЧИВОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

О.В. Шаламова

В статье рассматривается содержание категорий «устойчивость» и «устойчивое развитие» предприятий с учетом современных тенденций, обусловленных глобализацией хозяйственной деятельности, приведена взаимосвязь между видами устойчивости предприятия и его типовыми организационными структурами, показаны алгоритм повышения устойчивости экономической системы и классификация ее устойчивости.

Ключевые слова: развитие, устойчивость, устойчивое развитие, устойчивость предприятия, внутренняя среда, внешняя среда, стабильность системы управления.

В современных условиях функционирования мировой экономики проблема обеспечения устойчивости хозяйствующих субъектов является весьма актуальной. Деятельность предприятий и организаций всё больше ориентируется на долгосрочные цели развития, усиливается конкуренция, всё большее значение приобретает человеческий фактор, развиваются процессы глобализации хозяйственной деятельности, дающие дополнительный импульс для интеграции предприятий и организаций и др.

Проблема обеспечения устойчивого функционирования экономической системы – трудно прогнозируемая и риск нестабильности существует всегда. Проведение анализа устойчивости необходимо не только на уровне самого предприятия, но и в системе отраслевого и регионального развития. Устаревание технологий и оборудования, сокращение производственных мощностей являются основными источниками неустойчивости промышленных предприятий. Реструктуризация и реформирование промышленности идут крайне медленно и сложно.

Принципиально важное значение приобретают не только вопросы освоения современных рыночно ориентированных методов планирования, управления, организации и контроля производственно-хозяйственной и экономической деятельности, но и разработка новых логистико-ориентированных концепций, подходов, методологий к стратегическому анализу и управлению экономической устойчивостью предприятия в условиях риска и неопределенности.

Целью данной статьи является уточнение сущности понятия «устойчивость». Для достижения этой цели рассмотрим несколько определений этого термина.

В соответствии с данными работы [1]: «Устойчивый – 1. Стоящий, держащийся твердо, не колеблясь, не падая, 2. Не подверженный колебаниям, постоянный, стойкий, твердый». Очевидно, что в этом определении делается акцент на желательное состояние исследуемого объекта. Применительно к области экономики и управления следует признать, что данное состояние характерно для ограниченного числа хозяйствующих субъектов, функционирующих, как правило, в стабильных условиях, например, в условиях естественных монополий.

В работе [2] указывается на то, что «устойчивость – постоянство, пребывание в одном состоянии». В данном определении рассматриваемый нами термин имеет некоторый негативный оттенок. В современных условиях хозяйствующий субъект не может достичь своей цели находясь в статическом положении.

Весьма ценным с точки зрения достижения цели настоящего исследования является определение устойчивости с позиции устойчивости движения материальных объектов, которое дано А.М. Ляпуновым [3]. Его сущность отражена в следующей фразе:

Если по любому положительному числу ε , как бы оно мало ни было, можно найти такое положительное число δ , что при всяких возмущениях x_{0j} , удовлетворяющих условию

$$\sum x^2_{0j} \leq \delta, \quad (1)$$

и при любом $t \leq t_0$, будет выполняться неравенство

$$\sum x^2_j \leq \varepsilon, \quad (2)$$

то невозмущенное движение устойчиво, в противном случае – неустойчиво.

Анализ данного определения позволяет сделать следующие выводы:

– символом ε в нашем случае следует обозначить некое отклонение интегрального показателя деятельности предприятия, причём само по себе отклонение как событие, с одной стороны, является неизбежным, а с другой стороны, его величина является критерием, который по тем или иным причинам установлен предприятием и является основой для принятия отличных от стандарта управленческих решений;

– символ δ означает предельную величину фактических отклонений рассматриваемого интегрального показателя деятельности предприятия, которая меньше отклонения ε . При соблюдении данного условия руководством предприятия принимаются стандартные (запланированные) управленческие решения;

– рассматриваемый интегральный показатель деятельности предприятия рассчитывается с использованием некоторой системы локальных показателей, каждый из которых имеет некоторое предельное отклонение. Однако данные отклонения при одновременном возникновении, взаимодействии и развитии в сумме не превышают требуемой величины δ ;

– последнее обстоятельство требует введения дополнительного показателя – интервала времени τ , характеризующего предельный уровень чувствительности предприятия, по достижении которого необходимо принятие отличных от стандарта управленческих решений. То же самое следует определить по тем подразделениям предприятия, деятельность которых определяется тем или иным локальным показателем;

– с целью предотвращения негативной ситуации (нарушение условия 2) предприятие должно разработать, внедрить и непрерывно совершенствовать систему мониторинга деятельности, имея при этом стандартный и нестандартный наборы управленческих решений и находясь в состоянии постоянной готовности к их корректировке.

Для адекватной действительности управления устойчивостью предприятия целесообразно осуществить классификацию понятия «устойчивость». Два варианта решения данной проблемы представлены на рис. 1 и 2.

Анализ двух вариантов позволяет сделать следующие выводы:

1) существуют такие виды устойчивости как внутренняя и внешняя устойчивость, а

также идеальная, статическая, динамическая устойчивость;

2) ранее в работе [4] были представлены варианты состояний системы и процесса управления в деятельности предприятия (рис. 3), которые позволяют установить взаимосвязи между видами устойчивости предприятия и его типовыми организационными структурами (табл. 1).

При этом следует сделать оговорку, что закономерности, отражённые в табл. 1, не являются однозначными. Так, например, идеальная устойчивость может быть обеспечена и при организационной структуре, что обуславливается оптимальным уровнем управления хозяйственными процессами в условиях высокой динамичности факторов внешней среды предприятия;

3) выделение внутренней и внешней устойчивости позволяет перейти к оценке устойчивости их основных факторов, что отражено в табл. 2.

Анализируя таблицу, можно сделать следующие выводы:

– по всем видам среды можно выделить восемь вариантов устойчивости, каждому из которых можно присвоить свой номер;

– возможны различные варианты сочетания устойчивости как во внутренней, так и во внешней среде, что следует учитывать при оценке устойчивости рассматриваемого предприятия в целом;

– оценка каждого фактора на его устойчивость и оценка устойчивости предприятия в целом являются достаточно трудоёмким процессом, что не всегда эффективно с точки зрения корректного обоснования управленческих решений, особенно в оперативном периоде. Однако такое обоснование целесообразно при разработке и реализации стратегии предприятия;

– возможна разработка методик оценки внутренней и внешней устойчивости предприятия с дальнейшим выходом на его устойчивость в целом. Решение данной задачи предполагает использование ряда положений риск-менеджмента, особенно при реализации современных концепций управления предприятием, подобно известной концепции «Toyota Production System», сущность которой отражена в работе [5]. Начальным этапом к созданию упомянутых методик, является алгоритм, представленный на рис. 4.

Представленный выше материал позволяет обосновать классификацию понятия «ус-

		Предприятие рассматривается как	
		система	элемент системы
Характер отклонений от базового состояния	В пределах запланированного диапазона	Внутренняя устойчивость	Внешняя устойчивость
	За пределами запланированного диапазона	Внутренняя неустойчивость	Внешняя неустойчивость

Рис. 1. Устойчивость предприятия: вариант 1

		Предприятие как система	
		устойчиво	неустойчиво
Процесс, осуществляемый предприятием	Устойчив	Идеальная устойчивость	Динамическая устойчивость
	Неустойчив	Статическая устойчивость	Неустойчивость

Рис. 2. Устойчивость предприятия: вариант 2

		Стабильность системы управления предприятием	
		стабильна	нестабильна
Стабильность процесса управления предприятием	Стабилен	Функционирование в устойчивом режиме (бюрократическая организационная структура)	Стратегическая или оперативная адаптация к внешней среде (адаптивная организационная структура)
	Нестабилен	Диверсификация деятельности организации (дивизиональная организационная структура)	Организационная гибкость (органическая организационная структура)

Рис. 3. Варианты состояний системы и процесса управления в процессе деятельности организации

Таблица 1

Взаимосвязи между видами устойчивости предприятия и его типовыми организационными структурами

Варианты устойчивости предприятия	Организационные структуры предприятия
Идеальная устойчивость	Бюрократическая
Статическая устойчивость	Дивизиональная
Динамическая устойчивость	Адаптивная
Неустойчивость	Органическая

Таблица 2

Основные варианты устойчивости экономической системы

Цели и задачи (устойчивы / неустойчивы)	Персонал (устойчив / неустойчив)	Структура (устойчива / неустойчива)	Технология (устойчива / неустойчива)	Характеристика ситуации
Внутренняя среда				
Потребители (устойчивы / неустойчивы)	Поставщики (устойчивы / неустойчивы)	Конкуренты (устойчивы / неустойчивы)	Законы и государственное регулирование (устойчивы / неустойчивы)	
Внешняя среда прямого воздействия				
Состояние экономики (устойчиво / неустойчиво)	Политика (устойчива / неустойчива)	Научно-технический прогресс (устойчив / неустойчив)	Культура (устойчива / неустойчива)	
Внешняя среда косвенного воздействия				
Да	Да	Да	Да	Устойчивость
Да	Да	Да	Нет	Неустойчивость 1
Да	Да	Нет	Да	Неустойчивость 1
Да	Да	Нет	Нет	Неустойчивость 2
Да	Нет	Да	Да	Неустойчивость 1
Да	Нет	Да	Нет	Неустойчивость 2
Да	Нет	Нет	Да	Неустойчивость 2
Да	Нет	Нет	Нет	Неустойчивость 3
Нет	Да	Да	Да	Неустойчивость 1
Нет	Да	Да	Нет	Неустойчивость 2
Нет	Да	Нет	Да	Неустойчивость 2
Нет	Да	Нет	Нет	Неустойчивость 3
Нет	Нет	Да	Да	Неустойчивость 2
Нет	Нет	Да	Нет	Неустойчивость 3
Нет	Нет	Нет	Да	Неустойчивость 3
Нет	Нет	Нет	Нет	Неустойчивость 4

тойчивость» применительно к рассматриваемому объекту исследований (табл. 3).

Данные рис. 2 позволяют утверждать, что устойчивость предприятия как системы и устойчивость процесса, осуществляемого предприятием, обеспечиваются различными группами управленческих решений, обосновать которые помогают данные табл. 4.

Сведения табл. 4 позволяют сделать следующие выводы:

– устойчивость экономических систем обеспечивается адаптацией, модернизацией,

регенерацией, обновлением, реструктуризацией, эволюцией, реорганизацией, прогрессом;

– устойчивость процессов в экономических системах обеспечивается рационализацией, гибкостью, реинжинирингом, реформированием, оптимизацией, кайдзеном, революцией, развитием;

– в зависимости от различных ситуаций, в которых находится экономическая система и осуществляемый ею процесс возможны различные сочетания управленческих решений обеспечения устойчивости систем данного типа;



Рис. 4. Алгоритм повышения устойчивости экономической системы (укрупненный вариант)

Таблица 3

Классификация устойчивости экономических систем

Классификационный признак	Виды устойчивости экономических систем
1. Характер среды системы	Внешняя и внутренняя устойчивость
2. Характер внутренней среды предприятия	Устойчивость целей и задач, структуры, персонала, технологии
3. Характер среды прямого воздействия на систему	Устойчивость потребителей, поставщиков, конкурентов, законов и государственного регулирования
4. Характер среды косвенного воздействия на систему	Устойчивость экономики, политики, научно-технического прогресса, культуры
5. Отклонение от запланированных показателей	Приемлемая и неприемлемая устойчивость
6. Объект устойчивости (система и процесс)	Статическая, динамическая и идеальная устойчивость
7. Вид деятельности экономической системы	Устойчивость закупок, производства и сбыта
8. Основные системы предприятия	Устойчивость производственная, коммерческая, маркетинговая, логистическая, финансовая, экономического анализа и учёта, обслуживания, управления персоналом
9. Элементы производственной системы предприятия	Устойчивость работы станков и технологического оборудования, технологических маршрутов, обеспечения материальными и нематериальными ресурсами, транспорта, обеспечения тарой, технологической оснасткой, персоналом, работы субподрядчиков, поставки энергии, работы складов

Классификационный признак	Виды устойчивости экономических систем
11. Комплекс маркетинга	Устойчивость товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики
12. Время обеспечения устойчивости	Краткосрочная, среднесрочная и долгосрочная устойчивость
13. Стабильность устойчивости	Детерминированная и стохастическая устойчивость
14. Объем привлекаемых ресурсов на достижение устойчивости	Ресурсоёмкая и не ресурсоёмкая устойчивость
15. Тип экономической системы	Устойчивость в микро-, мезо-, макро- и мегасистемах
16. Степень риска	Устойчивость с высоким, средним и низким уровнем риска
17. Функции управления	Устойчивость прогнозирования, планирования, целеполагания, организации, мотивации, контроля, координации, регулирования, учёта, анализа, нормирования
18. Группы технико-экономических показателей	Устойчивость основных фондов, оборотных средств, себестоимости, прибыли и рентабельности. труда и кадров
19. Потоки ресурсов	Устойчивость потоков материальных, информационных, финансовых, людских ресурсов и потоков услуг
20. Охват деятельности экономической системы	Глобальная и локальная устойчивость
21. Возможность регулирования	Регулируемая и нерегулируемая устойчивость
22. Уровень непрерывности	Непрерывная устойчивость и устойчивость с перерывами
23. Источник устранения неустойчивости	Устойчивость, обеспечиваемая собственными силами; устойчивость, обеспечиваемая извне, смешанный вариант
24. Возможность прогноза	Предсказуемая и непредсказуемая устойчивость
25. Стадии жизненного цикла организации	Устойчивость исследований, разработки, коммерческой реализации, стабилизации, зрелости

Таблица 4

Основные группы управленческих решений обеспечения устойчивости предприятия

Объект управления (система / процесс)	Характер управленческой ситуации (типовой / оригинальный)	Трудоёмкость обеспечения устойчивости (низкая / высокая)	Тип воздействия с целью устойчивости (разовый / непрерывный)	Группы управленческих решений
Система	Типовой	Низкая	Разовый	Адаптация
Система	Типовой	Низкая	Непрерывный	Модернизация
Система	Типовой	Высокая	Разовый	Регенерация
Система	Типовой	Высокая	Непрерывный	Обновление
Система	Оригинальный	Низкая	Разовый	Реструктуризация
Система	Оригинальный	Низкая	Непрерывный	Эволюция
Система	Оригинальный	Высокая	Разовый	Реорганизация
Система	Оригинальный	Высокая	Непрерывный	Прогресс
Процесс	Типовой	Низкая	Разовый	Рационализация
Процесс	Типовой	Низкая	Непрерывный	Гибкость
Процесс	Типовой	Высокая	Разовый	Реинжиниринг
Процесс	Типовой	Высокая	Непрерывный	Реформирование
Процесс	Оригинальный	Низкая	Разовый	Оптимизация
Процесс	Оригинальный	Низкая	Непрерывный	Кайдзен
Процесс	Оригинальный	Высокая	Разовый	Революция
Процесс	Оригинальный	Высокая	Непрерывный	Развитие

Таблица 5

Классификация основных подразделений предприятия

Тип создаваемого подразделения (формальное и неформальное)	Централизация функций управления (высокая и низкая)	Длительность существования подразделения (временное и постоянное подразделение)	Основные подразделения предприятия
Формальное	Высокая	Временное	Группа
Формальное	Низкая	Временное	Комиссия
Формальное	Высокая	Постоянное	Отдел
Формальное	Низкая	Постоянное	Сектор
Неформальное	Высокая	Временное	Артель
Неформальное	Низкая	Временное	Комитет
Неформальное	Высокая	Постоянное	Бригада
Неформальное	Низкая	Постоянное	Совет

– поскольку экономические системы, в том числе предприятия, имеют в своём составе различные подразделения (табл. 5, [4]), то первые восемь групп управленческих решений в полной мере распространяются и на подразделения данных предприятий, что существенно усложняет процесс не только оценки, но и разработки и реализации стратегий их развития.

Таким образом, в рамках настоящей статьи нами обоснованы необходимые предпосылки для решения одной из наиболее злободневных проблем развития российских предприятий и организаций – обеспечения их устойчивости в сложнейших условиях хозяйственной деятельности.

Литература

1. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Азбуковник, 1998. – 944 с.
2. Философский энциклопедический словарь / ред.-сост. Е.Ф. Губский и др. – М.: Инфра М, 2003. – 576 с.
3. Меркин, Д.Р. Введение в теорию устойчивости движения: учеб. пособие для вузов / Д.Р. Меркин. – М.: Наука, Гл. ред. физ.-мат. лит., 1987. – 304 с.
4. Тяпухин, А.П. Производственный менеджмент: учебное пособие / А.П. Тяпухин. – СПб.: ГИОРД, 2008. – 384 с.
5. Лайкер, Дж. Дао Тойота: 14 принципов менеджмента ведущей корпорации мира: пер. с англ. / Дж. Лайкер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 402 с.

Поступила в редакцию 10 января 2009 г.

Шаламова Оксана Васильевна. Преподаватель кафедры экономической теории Орского гуманитарно-технологического института (филиал ГОУ ОГУ), соискатель, г. Орск. Область научных интересов – экономика, анализ финансовой деятельности предприятий. Контактный телефон: (8-3537) 23-20-76.

Shalamova Oksana Vasilievna. Teacher of the Economic Theory department of Orsk Humanitarian-Technological Institute (branch of Orenburg State University), Orsk. Scientific interests: economics, analysis of enterprises' financial activities. Contact phone: (8-3537) 23-20-76.

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

УДК 658.114.5 + 658.1.011.46
ББК У9(2)30-07 + У9(2)-43

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ БИЗНЕС-СТРУКТУР ХОЛДИНГОВОГО ТИПА

Е.В. Гусев, М.С. Овчинникова, К.В. Кардапольцев

Статья посвящена проблемам оценки экономической эффективности холдинговых объединений, учитывающих внутрикорпоративные взаимодействия в различных функциональных областях. Предлагаемый метод позволяет руководству холдинговых объединений получить комплексную оценку экономической эффективности с целью использования в оперативном и стратегическом управлении.

Ключевые слова: эффективность холдинговых объединений, интегрированная бизнес-структура, внутрикорпоративные взаимодействия, функциональная область, комплексная оценка

Одной из наиболее ярких тенденций, наблюдающихся в последнее десятилетие во всех сферах мирового хозяйствования, в том числе и промышленности, является усиление интеграционных и дезинтеграционных процессов. В среднем, по сведениям аналитических компаний каждый год в Российской Федерации проходит более 1000 сделок по слиянию и поглощению компаний. Так, по результатам 2007 года было проведено 1260 сделок общей стоимостью свыше 120 млрд долл. (рис. 1). В настоящее время у крупных российских предприятий наблюдается тенденция к организации своего бизнеса в форме холдингов, способных обеспечить необходимый уровень централизации управления в сложных многоуровневых структурах и осуществлять контроль над дочерними обществами как экономически, так и юридически. За период 2000–2008 гг. количество холдингов выросло на 32 %, поэтому перед собственниками крупных компаний одним из наиболее актуальных вопросов является диагностика текущего состояния их бизнеса с точки зрения обеспечения оптимальной структуры бизнеса, и направленной на максимизацию эффективности компании в целом [2].

Противоречия, возникающие в ходе принятия решений о направлениях стратегического развития компании и проектирования бизнеса, во многом объясняются необходимостью адекватной оценки эффективности

функционирования компании в условиях динамичной внешней среды. Сложность такой оценки для холдингов во многом обусловлена многообразием внутрикорпоративных связей, оказывающих влияние как на функционирование отдельных хозяйствующих субъектов, входящих в состав компании, так и на общую эффективность отдельных функциональных областей в рамках интегрированной бизнес-структуры. На современном этапе, вследствие отсутствия значительного опыта построения и функционирования холдинговых структур в России, методики оценки эффективности деятельности интегрированных структур недостаточно разработаны и требуют дальнейшего совершенствования, чтобы отражать как текущую эффективность их деятельности, так и быть инструментарием для принятия решений по поводу включения в свою структуру дополнительных бизнес-единиц, либо исключения единиц, уменьшающих эффективность компании. По статистике, сумма дополнительных затрат, связанных с неэффективным построением корпоративных структур, отражающихся на транзакционных издержках составляет от 10 до 25 % от общей суммы производственных затрат компании.

Классическую модель интегрированной корпоративной структуры холдингового типа можно представить как открытую социально-экономическую систему, в состав которой входят:

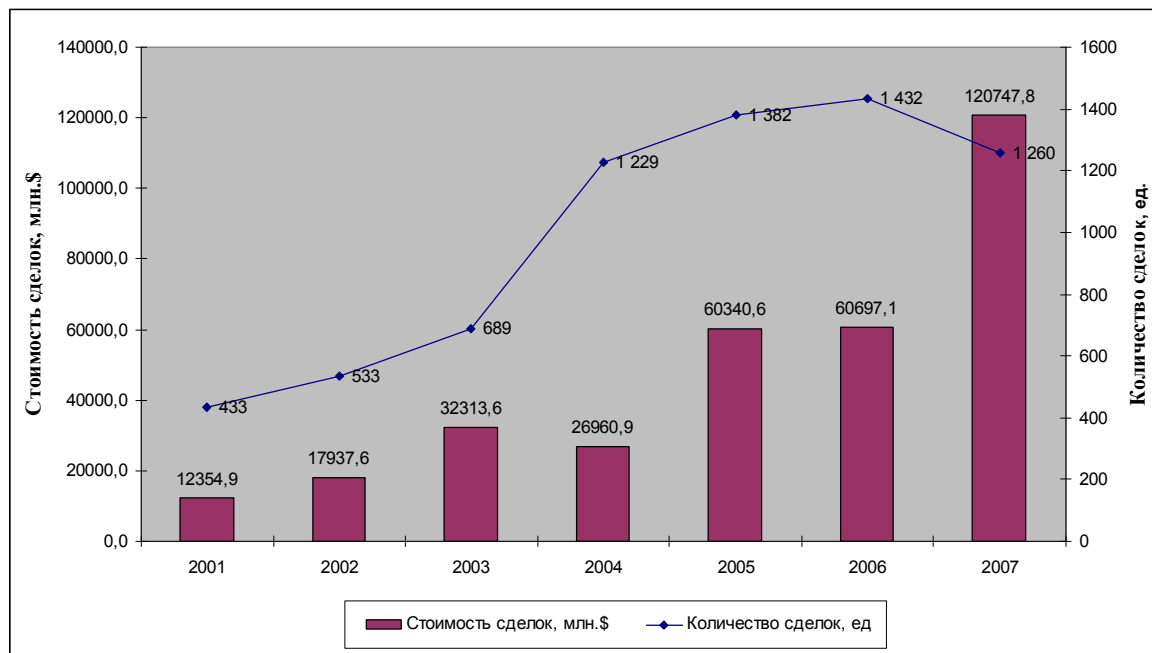


Рис. 1. Динамика количества сделок по слиянию и поглощению компаний за период 2001–2007 гг.

– холдинговая (материнская) компания, владеющая контрольными пакетами акций (долями) дочерних предприятий;

– дочерние предприятия (с отдельными структурными подразделениями, образующими отдельную функциональную систему).

При этом современные корпоративные структуры холдингового типа могут включать в себя дочерние предприятия различных уровней иерархии, при которых дочерние предприятия одной материнской компании могут быть в свою очередь материнскими компаниями для других предприятий [4].

На рис. 2 представлена модель интегрированной корпоративной структуры холдингового типа.

Следует отметить, что рассмотренная на рис. 2 системная модель интегрированной корпоративной структуры холдингового типа отражает систему соподчинения отдельных предприятий, входящих в состав холдинга, однако с целью оценки эффективности группы предприятий, необходимо учитывать совокупность внутривоздействующих связей между отдельными предприятиями как источник дополнительных эффектов.

Эффективность деятельности промышленного холдинга, предполагающая в своем развитии изменение количественных и качественных характеристик, в решающей степени зависит от воздействия различных факто-

ров внутренней и внешней среды интегрированной бизнес-структуры.

Интегрированная структура, как и любой хозяйствующий субъект, находится и функционирует во внешней макроэкономической среде. Она отличается тем, что множество входящих в нее элементов являются отдельными субъектами хозяйствования, у которых существует собственное непосредственное окружение; в то же время элементы в интегрированной структуре заменяют друг другу отдельные элементы непосредственного окружения. Непосредственное окружение нескольких субъектов хозяйствования, объединенных экономически и географически в окружении интегрированной структуры, составляют мезоэкономическую среду.

Таким образом, необходимо отметить, что границы интегрированной структуры весьма размыты и могут включать в себя не только субъектов непосредственного окружения, но и некоторые составляющие мезо- и макросреды. При этом в интегрированной структуре существует центр, в котором принимаются основные решения, накапливается капитал, технологии, финансовые и информационные ресурсы.

Говоря об эффективности функционирования интегрированной бизнес-структуры в форме промышленного холдинга, необходимо рассматривать эффективность как с точки

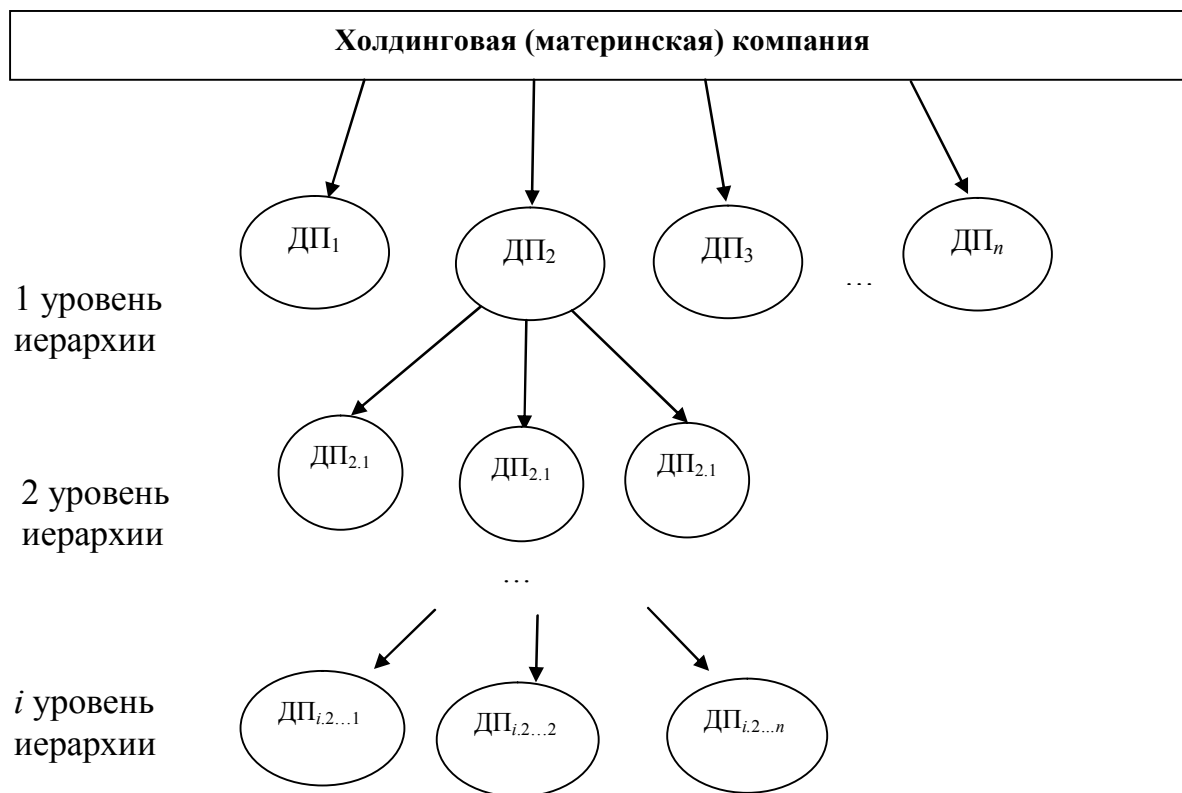


Рис. 2. Модель интегрированной корпоративной структуры холдингового типа:
 ДП_i – *i*-е дочернее предприятие, входящее в состав холдинга;
 —> – взаимосвязь между структурными подразделениями холдинга, выраженная с точки зрения материального, финансового, технологического, инвестиционного и информационного потоков

зрения эффективности внутренних взаимодействий в рамках холдингового объединения, так и с позиции эффективности взаимодействий отдельных бизнес-единиц и всего холдингового объединения с внешней средой.

При этом многие факторы эффективности интеграции, являющиеся внешними для отдельного хозяйствующего субъекта, в условиях интеграции являются одновременно внутренними для холдинга в целом, и провести границу между ними бывает достаточно сложно.

Исходя из указанных особенностей интегрированных структур, можно представить классификацию факторов внутренней и внешней экономической среды, определяющих эффективность деятельности интегрированной бизнес-структуры (рис. 3).

Являясь открытой динамичной стохастической системой, промышленный холдинг испытывает на себе воздействие множества внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность его функционирования. Основной задачей оценки эффективности

промышленного холдинга является определение текущего состояния динамичной интегрированной структуры с точки зрения эффективности деятельности как отдельных хозяйствующих субъектов, входящих в состав холдинга, так и с точки зрения эффективности отдельных функциональных областей промышленного холдинга и внутрикорпоративных взаимодействий [5].

Генеральная функция промышленного холдинга представляет собой совокупность ключевых параметров функционирования, на максимизацию которых направлена его деятельность.

$$GF = f \{x_1, x_2, x_3, \dots, x_n\} \rightarrow \max, \quad (1)$$

где GF – генеральная функция промышленного холдинга; $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ – ключевые параметры функционирования промышленного холдинга.

В нашем случае, под оцениваемыми параметрами промышленного холдинга могут пониматься эффективности его функциональных областей.



Рис. 3. Классификация факторов эффективности интегрированной бизнес-структуры

Таким образом, генеральная функция промышленного холдинга имеет вид:

$$GF = \begin{cases} M_3 \\ T_3 \\ V_3 \\ \Phi_3 \\ I_3 \end{cases} \rightarrow \max f, \quad (2)$$

где M_3 – эффективность материальной функциональной области промышленного холдинга; T_3 – эффективность технической функциональной области промышленного холдинга; V_3 – эффективность функциональной области управления промышленного холдинга; Φ_3 – эффективность финансовой функциональной области промышленного холдинга; I_3 – эффективность инвестиционной функциональной области промышленного холдинга.

Генеральная функция промышленного холдинга на временном интервале $[T - t_0]$, где t_0 – время начала исследуемого процесса, T – время окончания исследуемого процесса, может быть представлена в следующем виде:

$$GF = \int_{t_0}^T f(M_3, T_3, V_3, \Phi_3, I_3) dt \rightarrow \max, \quad (3)$$

где GF – генеральная функция промышленного холдинга; M_3 – эффективность материальной функциональной области промышленного холдинга; T_3 – эффективность технической функциональной области промышленного холдинга; V_3 – эффективность функциональной области управления промышленного холдинга; Φ_3 – эффективность финансовой функциональной области промышленного холдинга; I_3 – эффективность инвестиционной функ-

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

циональной области промышленного холдинга; f – функционал, описывающий взаимосвязь рассматриваемых функциональных областей; где t_0 – время начала исследуемого процесса, T – время окончания исследуемого процесса [1].

Интегральные показатели оценки эффективности бизнес-единиц в рамках отдельных функциональных областей промышленного холдинга представлены в табл. 1.

Совокупность взаимодействий между хозяйствующими единицами в рамках промышленного холдинга можно представить в виде ориентированного графа, у которого вершины представляют собой отдельные хозяйствующие единицы, а дуги отражают направления взаимодействий внутри промышленного холдинга (рис. 4).

Эффективность взаимодействий между структурными элементами интегрированной структуры можно представить как функциональную зависимость между эффективностью отдельных функциональных областей и степенью влияния взаимодействующего предприятия на функциональные области данного хозяйствующего субъекта в рамках интегрированной структуры [3]

$$\mathcal{E}_c = f(W, S), \quad (4)$$

где \mathcal{E}_c – эффективность внутрикорпоративных взаимодействий; W – эффективность соответствующей функциональной области; S – степень влияния взаимодействующей хозяйственной единицы на деятельность функциональной области данного хозяйствующего субъекта; f – функциональная зависимость, характеризующая взаимосвязь влияния W и S

на результирующий показатель \mathcal{E}_c .

На рис. 4 значения $B_{12}, B_{13}, B_{21}, B_{24}, \dots, B_{ij}$ представляют собой силу влияния i -го хозяйствующего субъекта на j -й хозяйствующий субъект в рамках функциональных областей промышленного холдинга.

Эффективность взаимодействий отдельных бизнес-единиц в рамках промышленного холдинга можно представить в виде матрицы взаимодействий. В состав матричной модели входят показатели материальной, технической, управленческой, финансовой и инвестиционной сферы хозяйствующего субъекта, входящего в состав промышленного холдинга, а также влияние на их эффективность внутренних взаимодействий.

$$\mathcal{E}_r = \{x_{mn}\}_{n=1,r}^m = \begin{Bmatrix} 1 & \mathcal{E}_{12} & \mathcal{E}_{13} & \dots & \mathcal{E}_{1n} \\ \mathcal{E}_{21} & 1 & \mathcal{E}_{23} & \dots & \mathcal{E}_{2n} \\ \mathcal{E}_{31} & \mathcal{E}_{32} & 1 & \dots & \mathcal{E}_{3n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \mathcal{E}_{n1} & \mathcal{E}_{n2} & \mathcal{E}_{n3} & \dots & 1 \end{Bmatrix}, \quad (5)$$

где \mathcal{E}_{ij} – эффективность внутрикорпоративных взаимодействия i -й бизнес-единицы с j -й бизнес-единицей в рамках отдельных функциональных областей интегрированной структуры.

Интегральные показатели силы взаимодействия бизнес-единиц в рамках функциональных областей промышленного холдинга представлены в табл. 2.

Комплексная эффективность функциональных областей промышленного холдинга, как показатель эффективности использования ресурсов, может быть представлена как средняя взвешенная от эффективности отдельных бизнес-единиц в рамках соответствующих

Таблица 1

Интегральные показатели оценки эффективности бизнес-единиц в рамках отдельных функциональных областей промышленного холдинга

Наименование показателей	Расчетные формулы
Эффективность материальной функциональной области	$M_n = 0,41M_z + 0,22O_m + 0,37\Pi_m$
Эффективность технической функциональной области	$T_n = 0,47O_o + 0,12\Gamma_o + 0,41K_z$
Эффективность функциональной области управления	$Y_n = 0,56K_{мен} + 0,44K_{марк}$
Эффективность финансовой функциональной области	$\Phi_n = 0,65R_{ск} + 0,1\Phi_{ц} + 0,25\Phi_o$
Эффективность инвестиционной функциональной области	$I_n = PI$

Здесь M_z – коэффициент материальных затрат, O_m – обеспеченность сырьем и материалами, Π_m – прибыль на рубль материальных затрат; O_o – обеспеченность оборудованием, Γ_o – коэффициент годности оборудования, K_z – коэффициент загрузки оборудования; $K_{мен}$ – качество менеджмента, $K_{марк}$ – качество маркетинга; $R_{ск}$ – рентабельность собственного капитала; $\Phi_{ц}$ – коэффициент финансового цикла; $B_{ф}$ – качество исполнения финансового бюджета; PI – рентабельность инвестиций.

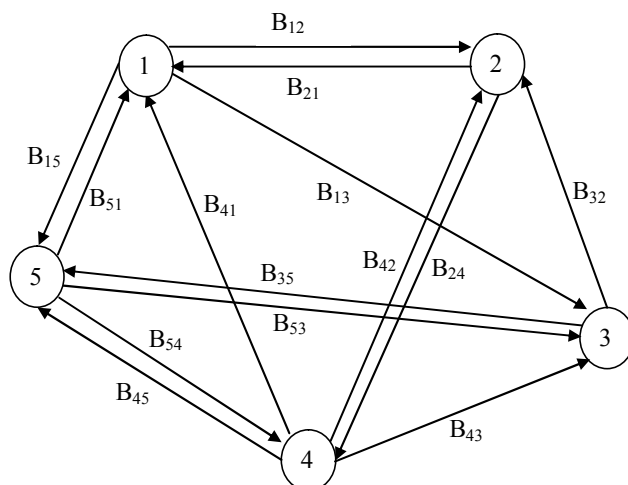


Рис. 4. Модель взаимодействий между хозяйствующими единицами в рамках промышленного холдинга

Таблица 2

Интегральные показатели силы взаимодействия бизнес-единиц в рамках функциональных областей промышленного холдинга

Наименование показателей	Расчетные формулы
Сила материальных взаимодействий	$Mc_{ij} = 0,47TR_{ij} + 0,53M_{ij}$
Сила технических взаимодействий	$Tc_{ij} = 0,28On_{ij} + 0,72Oz_{ij}$
Сила управленческих взаимодействий	$Vc_{ij} = D_{ij}$
Сила финансовых взаимодействий	$Φc_{ij} = 0,45Dp_{ij} + 0,24Dz_{ij} + 0,31Kκ_{ij}$
Сила инвестиционных взаимодействий	$Иc_{ij} = Ис_{ij}$

Здесь TR_{ij} – коэффициент материальных взаимодействий; M_{ij} – материалоемкость продукции предприятия в создании конечного продукта взаимодействующего предприятия; On_{ij} – доля оборудования, переданного взаимодействующему предприятию в общей величине имеющегося оборудования; Oz_{ij} – доля оборудования предприятия, задействованного в производстве продукции взаимодействующего предприятия; D_{ij} – доля вложений в уставный капитал взаимодействующего предприятия, в общей величине финансовых вложений; Dp_{ij} – доля межхозяйственных расчетов с взаимодействующим предприятием в общей величине денежных потоков предприятия; Dz_{ij} – доля кредитов предприятия, выданных взаимодействующему предприятию в общей величине выданных кредитов; $Kκ_{ij}$ – доля задолженности взаимодействующего предприятия по отгруженной продукции предприятия в общей сумме дебиторской задолженности предприятия; $Ис_{ij}$ – доля инвестиций предприятия во взаимодействующее предприятие в общей величине инвестиционных ресурсов.

функциональных областей.

$$\mathcal{E}_{\phi o} = \frac{\sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i \times P_i}{\sum_{i=1}^n P_i}, \quad (6)$$

где $\mathcal{E}_{\phi o}$ – показатель комплексной эффективности функциональной области; \mathcal{E}_i – эффективность i -й бизнес-единицы в рамках соответствующей функциональной области; P_i – величина потребляемых ресурсов i -й бизнес-единицей в рамках соответствующей функциональной области; n – количество бизнес-

единиц, входящих в состав промышленного холдинга.

Комплексная эффективность материальной функциональной области определяется:

$$\mathcal{E}_{m\phi o} = \frac{\sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i \times M_i}{\sum_{i=1}^n M_i}, \quad (7)$$

где $\mathcal{E}_{m\phi o}$ – показатель комплексной эффективности материальной функциональной области; \mathcal{E}_i – эффективность i -й бизнес-единицы в рамках материальной функциональной области.

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

ти; M_i – стоимость сырья и материалов, потребляемых i -й бизнес единицей; n – количество бизнес-единиц, входящих в состав промышленного холдинга.

Комплексная эффективность технической функциональной области определяется:

$$\mathcal{E}_{mfo} = \frac{\sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i \times T_i}{\sum_{i=1}^n T_i}, \quad (8)$$

где \mathcal{E}_{mfo} – показатель комплексной эффективности технической функциональной области; \mathcal{E}_i – эффективность i -й бизнес-единицы в рамках технической функциональной области; T_i – стоимость основных производственных фондов, используемых i -й бизнес единицей; n – количество бизнес-единиц, входящих в состав промышленного холдинга.

Комплексная эффективность функциональной области управления определяется:

$$\mathcal{E}_{yfo} = \frac{\sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i \times Y_i}{\sum_{i=1}^n Y_i}, \quad (9)$$

где \mathcal{E}_{yfo} – показатель комплексной эффективности функциональной области управления; \mathcal{E}_i – эффективность i -й бизнес-единицы в рамках функциональной области управления; Y_i – величина уставного капитала i -й бизнес единицы; n – количество бизнес-единиц, входящих в состав промышленного холдинга.

Комплексная эффективность финансовой функциональной области определяется:

$$\mathcal{E}_{\phi fo} = \frac{\sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i \times \Phi_i}{\sum_{i=1}^n \Phi_i}, \quad (10)$$

где $\mathcal{E}_{\phi fo}$ – показатель комплексной эффективности финансовой функциональной области; \mathcal{E}_i – эффективность i -й бизнес-единицы в рамках финансовой функциональной области; Φ_i – стоимость собственного оборотного капитала i -й бизнес единицы; n – количество бизнес-единиц, входящих в состав промышленного холдинга.

Комплексная эффективность инвестиционной функциональной области определяется:

$$\mathcal{E}_{ifo} = \frac{\sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i \times I_i}{\sum_{i=1}^n I_i}, \quad (11)$$

где \mathcal{E}_{ifo} – показатель комплексной эффективности инвестиционной функциональной области; \mathcal{E}_i – эффективность i -й бизнес-единицы в рамках инвестиционной функциональной области; I_i – сумма инвестирования i -й бизнес единицей; n – количество бизнес-единиц, входящих в состав промышленного холдинга.

Комплексная эффективность промышленного холдинга, отражающая эффективность использования имеющихся ресурсов, может быть представлена как средняя эффективность функциональных областей промышленного холдинга

$$\mathcal{E}_x = \left(M_3 \sum_{i=1}^n M_i + T_3 \sum_{i=1}^n T_i + Y_3 \sum_{i=1}^n Y_i + \Phi_3 \sum_{i=1}^n \Phi_i + I_3 \sum_{i=1}^n I_i \right) / \left(\sum_{i=1}^n M_i + \sum_{i=1}^n T_i + \sum_{i=1}^n Y_i + \sum_{i=1}^n \Phi_i + \sum_{i=1}^n I_i \right), \quad (12)$$

где \mathcal{E}_x – комплексная эффективность промышленного холдинга; M_3 – эффективность материальной функциональной области промышленного холдинга; T_3 – эффективность технической функциональной области промышленного холдинга; Y_3 – эффективность функциональной области управления промышленного холдинга; Φ_3 – эффективность финансовой функциональной области промышленного холдинга; I_3 – эффективность инвестиционной функциональной области промышленного холдинга; $\sum_{i=1}^n M_i$ – суммарная величина сырья и материалов, потребляемых промышленным холдингом; $\sum_{i=1}^n T_i$ – общая стоимость основных производственных фондов промышленного холдинга; $\sum_{i=1}^n Y_i$ – суммарная величина уставного капитала бизнес-единиц промышленного холдинга; $\sum_{i=1}^n \Phi_i$ – суммарная величина собственного оборотного капитала промышленного холдинга; $\sum_{i=1}^n I_i$ – суммарный объем инвестирования промышленного холдинга.

Предлагаемая методика оценки экономической эффективности интегрированных бизнес-структур холдингового типа позволяет высшему руководству предприятия при-

нимать управленческие решения на основе количественной оценки эффективности функционирования промышленного холдинга в целом, а также в разрезе отдельных функциональных областей. Такое рассмотрение эффективности деятельности интегрированной бизнес-структуры, позволяет выявить ключевые направления управленческого воздействия со стороны высшего руководства холдинга, а также способствует детальному рассмотрению причин возможных отклонений результатов деятельности промышленного холдинга в целом и входящих в него отдельных бизнес-единиц.

Литература

1. Брейли, Р. Принципы корпоративных финансов: пер. с англ. / Р. Брейли, С. Майерсю – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 1997.
2. Косачев, Ю.В. Математическое моделирование интегрированных финансово-промышленных систем / Ю.В. Косачев. – М.: Университетская книга, Логос, 2008.
3. Нейман, Дж. Теория игр и экономическое поведение / Дж. Нейман, О. Маргеништерн. – М.: Наука, 1970.
4. Росс, С. Основы корпоративных финансов: пер. с англ. / С. Росс. – М.: Лаборатория базовых знаний, 2000.
5. Шарп, У. Инвестиции: пер. с англ. / У. Шарп, Г. Александер, Г. Бэйли. – М.: ИНФРА-М, 2001.

Поступила в редакцию 26 декабря 2008 г.

Гусев Евгений Васильевич. Доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика, управление и инвестиции» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – управление, организация, планирование, анализ эффективности систем управления. Контактный телефон (8-351) 267-92-80.

Gusev Evgeny Vasilevich. Doctor of engineering sciences, professor, head of the Economics, Management and Investment department, South Urals State University. Scientific interests: management, organization, planning, analysis of management systems efficiency. Contact phone: (8-351) 267-92-80.

Овчинникова Марина Сергеевна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, управление и инвестиции» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – экономика, инвестиции, ценообразование в строительстве. Контактный телефон (8-351) 267-92-80.

Ovchinnikova Marina Sergeevna. Candidate in Economics, associate professor of the Economics, Management and Investment department, South Urals State University. Scientific interests: economics, investment, pricing in construction. Contact phone: (8-351) 267-92-80.

Кардапольцев Кирилл Владимирович. Аспирант кафедры «Экономика, управление и инвестиции» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов: экономика, финансы, оценка эффективности корпоративного управления. Контактный телефон (8-351) 267-92-80.

Kardapoltsev Kirill Vladimirovich. Post-graduate student of the Management and Investment department, South Urals State University. Scientific interests: economics, finance, evaluation of corporate management efficiency. Contact phone: (8-351) 267-92-80.

ИННОВАЦИОННАЯ ОСНОВА МОДЕРНИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Н.А. Макарова, Т.М. Ческидова

В статье рассматриваются проблемы модернизации регионального промышленного комплекса, а именно инновационная основа технологической модернизации. Авторы исследуют сущность технологической модернизации, выявляют роль инноваций в процессе модернизации, анализируют факторы и делают предложения по совершенствованию инновационного развития промышленного сектора региона (машиностроения).

Ключевые слова: модернизация промышленного комплекса, технологическая модернизация, инновационное развитие.

Многолетний экономический рост, имевший место в российской экономике до 2008 года, носил нестабильный и неустойчивый характер, поскольку опирался не на фундаментальные факторы, а в основном на конъюнктурные. Следует отметить, что структура экономики до сих пор не адекватна современным требованиям, российская экономика носит ярко выраженный сырьевой характер с преобладанием топливно-энергетической составляющей. В предкризисный период в реальном секторе возникла довольно редкая ситуация: у большинства предприятий динамика выпуска продукции отставала от темпов увеличения спроса, а значит были созданы условия для повышения цен (прирост отпускных цен в январе 2008 года наблюдался у 35 % предприятий промышленности против 13 % месяцем раньше). Итогом нарастания отпускных цен в реальном секторе экономики стало беспрецедентное за всю пореформенную историю улучшение финансовых показателей предприятий. Выбранная большинством российских предприятий стратегия умеренного наращивания производства при максимизации роста отпускных цен поддерживалась адекватной рыночной ситуацией на мировых рынках, в частности возрастанием цен на энергоносители, ростом внутреннего потребительского спроса и инвестиций.

Но важны не столько показатели экономического роста, сколько процессы, которые за ними скрываются. До недавнего времени рост российской экономики базировался преимущественно на эффекте увеличения мировых цен на энергоносители, дешевой национальной валюте и возможности дополнительной загрузки простаивающих производствен-

ных мощностей. На рубеже 2007–2008 гг. загрузка мощностей приблизилась к максимуму, эффект девальвации национальной денежной единицы практически себя исчерпал, а основную часть прироста мировых цен стали поглощать растущие затраты. Одновременно с этим предприятия с наиболее агрессивной ценовой политикой стали терять позиции на рынках сбыта. Основным конкурентом на товарном рынке стал импорт, стоимостный объем которого за первые пять месяцев 2008 года увеличился на 36,6 %. Реакцией на падающую конкурентоспособность отечественной продукции стала активная инвестиционная стратегия развития реального сектора. Однако реализация таких стратегий показала свою несостоятельность в отношении конкурентоспособности продукции, особенно относительно зарубежных аналогов.

Вполне очевидно, что главное в долгосрочном развитии экономики – структурная и технологическая модернизация, прежде всего промышленного комплекса. Ключевой проблемой модернизации является совершенствование технико-технологической базы на основе новых технологических укладов. Основным капитал, рабочая сила определяют качество промышленного капитала предприятий реального (промышленного) сектора экономики. Факты говорят о том, что несмотря на позитивную динамику инвестиций в основной капитал, темпы его модернизации остаются низкими. Главная причина, по мнению специалистов, в том, что уровень износа основных фондов в промышленности подошел к критическому. К середине нынешнего десятилетия он превысил 47 %. Средний возраст половины производственного оборудования

промышленности составляет более 20 лет и продолжает увеличиваться (с 18,7 года в 2000 г. до 21,2 года в 2004 г.) Кроме этого, модернизация промышленного сектора, относящегося к реальному сектору экономики, не может быть осуществлена на основе исключительно механизмов рыночного саморегулирования. Ориентация на эти механизмы в 90-е годы XX века оказалась ошибочной и способствовала стремительной деиндустриализации одной из ведущих промышленных держав XX века.

Признание технико-технологической базы решающим условием процесса воспроизводства означает, что должна постоянно воспроизводиться и сама технологическая база. Потребности интенсивного инновационного типов экономического развития обуславливают необходимость обеспечения расширенного воспроизводства всех элементов технико-технологической базы. Модернизация технико-технологической базы промышленного комплекса представляет собой улучшение, совершенствование всех ее структурных элементов. Признавая науку в качестве источника преобразований и учитывая ее роль в процессе модернизации, следует иметь в виду ее развитие, новое качественное свойство, влияние на остальные элементы технико-технологической базы.

Модернизация предприятий (модернизация в узком смысле) представляет собой комплекс мер, направленных на расширение выпуска продукции, сокращение издержек производства, повышение производительности труда [1].

Успешная модернизация российской экономики предполагает формирование национальной инновационной системы (НИС). Проблема инноваций, рассматриваемых в качестве основного фактора динамики промышленности, не является новой. Само понятие «инновация» (нововведение, новшество, новаторство) впервые появилось в научных исследованиях зарубежных культурологов в XIX веке и означало введение некоторых элементов одной культуры в другую. Только в начале XX века стали изучаться закономерности технических нововведений.

Инновации сегодня становятся одной из ключевых экономических категорий. Исходя из цели нашего исследования, необходимо выделить инновации технико-технологические, которые затрагивают изменения в технологии (способах) производства и потребления

продукта, изменения в технике как важнейшем элементе производственного процесса. Техничко-технологические инновации обеспечивают модернизацию промышленного сектора российской экономики.

Вместе с тем, по данным статистической отчетности, доля высокотехнологичных отраслей промышленности и «отраслей знаний» в ВВП России составляет 10,5 %, а вклад инновационных факторов в годовой прирост ВВП – 1,3 %. Удельный вес предприятий, осуществляющих технологические инновации, составляет 9,3 % общего количества крупных и средних предприятий, доля инновационной продукции – всего 2,6–2,8 % [2].

Проблема заключается также в резкой дифференциации регионов страны по данному показателю. Так, по доле промышленной продукции, производимой инновационно-активными предприятиями в общем объеме промышленной продукции, значительно выделяются Челябинская область – (17,8 %), Нижегородская (16,7 %), Брянская (15,3 %), Вологодская (11,9 %), а также Москва (7,7 %). В большинстве других регионов показатель инновационного развития значительно ниже.

К основным препятствиям инновационного развития промышленности России сегодня следует отнести финансовые проблемы, связанные с недостатком собственных средств для развития и внедрения инноваций, недостаточную государственную поддержку инновационного развития, проблемы, связанные с низкой квалификацией менеджмента и персонала.

Несмотря на относительно благоприятную экономическую конъюнктуру, сложившуюся в промышленности в 2007 году, заметного роста инновационной деятельности в ее организациях не наблюдалось. Так, в первом полугодии 2007 года, доля инновационно-активных предприятий, по оценкам респондентов (руководителей промышленных предприятий), не превысила 40 %. В целом ведущие позиции в реализации нововведений в промышленности традиционно занимают крупные компании с численностью занятых более 2000 тыс. чел. Но и среди них осуществляют инновации немногим более 50 %, хотя обладают лучшими условиями для активной инновационной деятельности, в частности более высоким научно-техническим потенциалом, собственной исследовательской базой и высококвалифицированным персоналом. Вместе с тем, ускорение инновационной

деятельности выступает императивом сегодняшнего этапа экономического развития.

В российских регионах в части процессов модернизации и инноваций воспроизводятся как типичные для национальной экономики, так и специфические проблемы. Челябинское региональное объединение работодателей ПРОМАСС в 2008 году провело исследование инновационной активности промышленных предприятий Челябинской области¹. В результате опроса выявлялись и обобщались мнения руководителей предприятий обрабатывающих отраслей промышленности об основных целях и результатах инновационной деятельности, источниках финансирования, а также факторах, сдерживающих внедрение нововведений на промышленных предприятиях различных форм собственности и численности занятых.

Под инновационной деятельностью подразумевается деятельность организаций, направленная на разработку и внедрение новых или значительно усовершенствованных продуктов и технологий.

Из 33 крупных и средних предприятий металлургического и машиностроительного секторов промышленного комплекса было выделено 10 крупных машиностроительных предприятий, на информационной базе которых были классифицированы и проанализированы факторы, препятствующие инновационному развитию предприятий. Значение каждого фактора предлагалось оценить по 5-балльной системе. Результаты представлены в обобщенном виде в табл. 1.

Анализируя данные таблицы, можно сделать следующие выводы. По мнению руководителей машиностроительных предприятий, наибольшие сложности в осуществлении инновационной деятельности связаны с недостатком финансовой поддержки со стороны государства и высокой стоимостью нововведений (внешние факторы); низким инновационным потенциалом организации и недостатком собственных средств (внутренние для предприятия факторы); неопределенностью экономической выгоды от использования ин-

теллектуальной собственности и недостаточность законодательных и нормативно-правовых документов, регулирующих и стимулирующих инновационную деятельность (институциональные факторы).

Оценивая инновационную активность предприятий машиностроительного комплекса, можно констатировать, что уровень ее является низким (максимальное количество баллов из 65 возможных зафиксировано у 1, 8 и 9 предприятий). Сложившаяся ситуация в значительной степени обусловлена неразвитостью инновационной инфраструктуры, низким инновационным потенциалом предприятий (отсутствие в регионе специализированных научно-исследовательских институтов, сокращение заводской науки). Анализ показал, что наиболее высокотехнологичные производства не являются привлекательными для вложений в инновации.

Проведенное экспресс-исследование позволило сделать вывод, что доминирующим фактором, препятствующим инновационному развитию машиностроительных предприятий Челябинской области, является финансовый. Действие закона рынка – «спрос рождает предложение», позволяет сделать вывод о том, что рыночный механизм, стимулирующий устойчивое инновационное развитие промышленного сектора, заработает только тогда, когда сформируется платежеспособный спрос на инновации, то есть предприятия будут обладать достаточными финансовыми ресурсами для осуществления нововведений. К основным факторам формирования спроса на инновации могут быть отнесены внешние факторы, способствующие формированию накоплений, направляемых на инновации на самих предприятиях; факторы, формирующие кредитные возможности предприятий; факторы, уменьшающие риск финансовых вложений в инновации (табл. 2).

Использование законов рынка для перехода к устойчивому инновационному развитию машиностроительного комплекса региона требует не только формирования спроса, но и предложения инноваций. Проблема предложения инноваций требует специального изучения. Сошлемся на мнение некоторых ученых о возможности заимствования уже созданных институтов, методов управления и технологий производства, так как «на стадии модернизации не создание принципиально новых технологий, а импорт (заимствование) способов производства, уже доказавших свою эффективность, их модификация и распро-

¹ Промышленный комплекс Челябинской области является базовым звеном экономики, в его состав входят 477 крупных и средних предприятий различных форм собственности. Промышленными предприятиями производится более 43 % валового регионального продукта. Основу промышленного комплекса составляют обрабатывающие производства, доля которых в структуре отгрузки товаров промышленными предприятиями в 2007 году составила 92,2 %.

Таблица 1

Классификация факторов, препятствующих инновационному развитию предприятий

Факторы	Предприятие*										Итого
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
I. Макроэкономические (внешние для предприятия)											
1. Недостаток финансовой поддержки со стороны государства	2	1	–	3	5	4	2	3	5	1	26
2. Низкий спрос на новые товары, работы, услуги	2	2	–	1	2	–	1	2	1	2	13
3. Высокая стоимость нововведений	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	25
4. Высокий экономический риск	2	4	–	2	2	2	2	3	2	3	22
II. Микроэкономические (финансово-экономические – внутренние для предприятия)											
1. Недостаток собственных денежных средств	3	3	2	3	3	1	2	3	1	3	24
2. Низкий инновационный потенциал организации	5	4	–	2	2	1	3	2	5	2	26
3. Недостаток квалифицированного персонала	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	21
4. Незрелость кооперационных связей	1	1	–	1	1	1	2	2	1	2	12
III. Институциональные											
1. Недостаточность законодательных и нормативно-правовых документов, регулирующих и стимулирующих инновационную деятельность	5	4	–	2	1	2	1	4	2	2	23
2. Незрелость инновационной инфраструктуры	5	1	–	2	2	2	3	4	1	2	22
3. Неопределенность экономической выгоды от использования интеллектуальной собственности	4	2	–	2	2	2	2	4	5	2	25
4. Недостаток информации о новых технологиях	1	2	–	1	1	2	3	2	5	3	20
5. Недостаток информации о рынках сбыта	1	3	–	1	1	2	2	2	5	3	20
ИТОГО:	35	32	7	24	27	23	28	36	37	30	

* Перечень предприятий: ОАО «Троицкий станкостроительный завод»; ОАО «Троицкий дизельный завод»; ООО «Катав-Ивановский механический завод»; ОАО «ФНПЦ «Станкомаш»; ООО «Челябинский тракторный завод – УРАЛТРАК»; ФГУП «Приборостроительный завод»; ОАО «МиассЭлектроАппарат»; ЗАО «Катав-Ивановский приборостроительный завод»; ОАО «АЗ «УРАЛ»; ОАО «Уральский агрегатно-механический завод».

Таблица 2

Факторы формирования спроса предприятий промышленного комплекса на инновации

Факторы формирования инвестиционного спроса на инновации	Инструменты государственной инвестиционной политики, направленной на формирование платежеспособного спроса на инструменты устойчивого развития
Собственные накопления на промышленных предприятиях, используемые для устойчивого (инновационного) развития	Проведения политики, ограничивающей ценовой диктат «естественных монополий»
	Амортизационная политика
	Налоговая политика
	Развитие инструментов фондового рынка и привлечение акционерного капитала
Факторы, формирующие кредитные возможности для устойчивого (инновационного) развития	Формирование бюджетов и фондов развития
	Формирование инвестиционного климата для привлечения финансовых средств в высокотехнологический бизнес: – Создание условий, стимулирующих вложение отечественных инвесторов в промышленность. – Привлечение иностранных инвестиций
Факторы, уменьшающие риск финансовых вложений в инновационную сферу	Развитие инструментов страхования рисков, связанных с вложениями в инновации на промышленных предприятиях
	Стимулирование создания венчурных фондов и венчурных фирм



Факторы формирования рыночного механизма инновационной системы

странение должны являться основой деятельности национальной инновационной системы» [3].

Формирование рыночного механизма инновационной системы должно, по нашему мнению, опираться на три основных блока, представленных на рисунке.

Среди институтов, способствующих реализации стратегии развития национальной, в том числе региональной, инновационной системы, ключевое значение имеют институты инновационной инфраструктуры, к которым относятся технологические, финансовые, информационные и образовательные, правовые. Стратегический приоритет должно получить совершенствование финансовых институтов.

Литература

1. Энциклопедический словарь: современная рыночная экономика / под общ. ред. А.Н. Азрилияна. – М.: Институт новой экономики, 1998. – С. 341, 570.
2. Богачев, Ю.С. Сравнительный анализ научно-технического и инновационного развития субъектов Российской Федерации / Ю.С. Богачев, В.И. Винокуров // Информационно-аналитический бюллетень, ГУ «Центр исследований статистики и науки». – 2007. – № 5.
3. Полтерович, В. Принципы формирования национальной инновационной системы / В. Полтерович // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 11. – С. 8–19.

Поступила в редакцию 23 марта 2009 г.

Макарова Наталья Анатольевна. Исполнительный директор Челябинского регионального объединения работодателей «ПРОМАСС». Область научных интересов – структурная и технологическая модернизация, инновации. Контактный телефон: (8-351) 261-86-50.

Makarova Natalya Anatolievna. The executive director of the Chelyabinsk regional association of employers «PROMASS». Scientific interests: structural and technological modernization, innovations. Contact phone: (8-351) 261-86-50.

Ческидова Татьяна Михайловна. Доцент кафедры финансов и кредита Уральского социально-экономического института (филиала) Академии труда и социальных отношений. Область научных интересов – структурная модернизация, инновации, промышленная политика. Контактный телефон: (8-351) 237-05-33.

Cheskidova Tatyana Mikhaylovna. Associate professor of the Finance and Credit department, Ural Social-Economic Institute (Branch) of the Academy of Labour and Social Relations, Chelyabinsk. Scientific interests: structural modernization, innovations, industrial policy. Contact phone number: (8-351) 237-05-33.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА: СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА, МЕТОДИКА ОЦЕНКИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Е.П. Маскайкин, Т.В. Арцер

В статье рассматривается сущность и структура инновационного потенциала региона. Автор предлагает методику оценки инновационного потенциала региона, проводит ранжирование субъектов РФ по уровню инновационного потенциала и предлагает основные направления развития инновационного потенциала.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, инновационная деятельность, инновационный потенциал региона, ранг, рейтинговая оценка, кластеры, уровень инновационного потенциала, направления развития.

В настоящее время одним из факторов развития региона является формирование и эффективное использование регионального инновационного потенциала. Оценка инновационного потенциала региона имеет важное значение для обоснования региональной инновационной политики и разработки программ регионального развития с учетом эффективного использования региональных инновационных ресурсов.

В экономической литературе инновационный потенциал одни авторы [2, 4] трактуют как совокупность инновационных ресурсов (материальных, финансовых, интеллектуальных, научно-технических), которые обеспечивают возможность инновационной деятельности и создание инновационной технологии, продукции, услуг, что следует рассматривать как ресурсный подход к определению инновационного потенциала. Другие [1, 3] рассматривают инновационный потенциал с позиций результата инновационной деятельности, т. е. реального продукта, полученного в инновационном процессе. В этом случае инновационный потенциал представлен как возможная, произведенная в будущем, инновационная продукция.

По нашему мнению, инновационный потенциал региона следует рассматривать не только как совокупность инновационных ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности, но и как возможность и способность региона создавать и использовать результаты инновационной деятельности.

Эффективность использования инновационного потенциала региона зависит от эффективности использования каждого инноваци-

онного ресурса, который играет определенную функциональную роль в инновационном процессе. Поэтому, по мнению автора, инновационный потенциал следует рассматривать как совокупность потенциалов: производственно-технологического (материального); трудового; финансового; организационно-управленческого и интеллектуального.

При этом производственно-технологический, трудовой, финансовый, организационно-управленческий и интеллектуальный потенциал не в полной мере являются инновационным потенциалом региона, а только в той части, которая создает условия и обеспечивает возможности инновационной деятельности.

При этом инновационный потенциал региона следует рассматривать как на этапе формирования, так и использования. Данный подход позволяет определить основные результаты, полученные в процессе формирования (ресурсный компонент) и использования (результатирующий компонент) инновационного потенциала. Следовательно, результатом использования инновационного потенциала будут различного вида новшества (новые технологии, новые виды товаров и услуг).

Таким образом, **инновационный потенциал региона** – это возможность и способность региона формировать и использовать инновационные ресурсы, необходимые для инновационного развития, что позволяет региону создавать, распространять и использовать различного вида новшества (новые виды товаров и услуг).

Для разработки эффективной региональной инновационной политики необходимо адекватно определять уровень инновационно-

го потенциала. Предлагаемая методика по его оценке предусматривает расчет интегрированного (обобщающего) показателя, оценивающего инновационный потенциал в части его формирования и использования. Для оценки условий формирования инновационного потенциала региона (ресурсный компонент) предлагается рассчитывать обобщающий показатель формирования инновационного потенциала региона, а для оценки степени использования (результатирующий компонент) – обобщающий показатель использования инновационного потенциала региона.

Ресурсный компонент инновационного потенциала проявляется:

- в наличии и накоплении промышленно-производственных площадей и оборудования, необходимых (способствующих) осуществлению инновационной деятельности;

- в совокупности источников и запасов финансовых возможностей, которые есть в наличии и могут быть использованы для осуществления инновационной деятельности;

- в совокупности человеческих ресурсов, обладающих необходимыми навыками, знаниями, способностями для осуществления инновационной деятельности;

- в совокупности имеющихся региональных нормативно-правовых актов, регулирующих инновационную деятельность, имеющихся объектах инновационной инфраструктуры региона;

- в совокупности объектов интеллектуальной собственности, которые непосредственно участвуют в создании, производстве и реализации инновационной продукции (услуг), олицетворяются в этой продукции, во многом определяя ее потребительскую ценность (стоимость).

Результатирующий компонент инновационного потенциала региона проявляется в виде внедренных новых технологий, инновационных продуктов и услуг.

Сопоставление имеющихся инновационных ресурсов, процессов и полученных результатов с экономическими ресурсами региона позволяет сформировать систему показателей для оценки инновационного потенциала региона.

На основе метода сравнительной рейтинговой оценки определяются рейтинговые значения обобщающих показателей формирования и использования инновационного потенциала региона по формуле:

$$P_{\text{П.фин}}(P_{\text{П.инт}}) = \frac{\sqrt{(1 - X_{ij})^2 + \dots + (1 - X_{nj})^2}}{n}, \quad (1)$$

где $P_{\text{П.фин}}$ – рейтинговое значение обобщающего показателя формирования инновационного потенциала региона; $P_{\text{П.инт}}$ – рейтинговое значение обобщающего показателя использования инновационного потенциала региона; X_{ij} – стандартизированные показатели состояния j -региона; i – номера показателей от 1, 2, 3, ..., n ; n – количество показателей оценки формирования и использования инновационного потенциала региона.

В предлагаемой методике обобщающие показатели формирования и использования инновационного потенциала признаются равноценными. Поэтому обобщающий показатель инновационного потенциала региона определяется путем суммирования рейтинговых значений обобщающих показателей формирования и использования инновационного потенциала региона.

Обобщающие показатели формирования и использования инновационного потенциала региона изменяются в интервале от 0 до 1, а обобщающий показатель инновационного потенциала региона – от 0 до 2. Ориентируясь на динамику изменения входящих в их состав показателей, были выделены 4 возможных уровня инновационного потенциала региона (табл. 1). При этом, чем меньше рейтинговое значение показателя, тем выше уровень инновационного потенциала региона.

Поскольку уровень инновационного потенциала региона зависит от уровней его формирования и использования, то возможны различные варианты сочетания значений обобщающих показателей формирования и использования инновационного потенциала региона в обобщающем показателе инновационного потенциала региона.

На основе данных статистических ежегодников за 2005–2006 гг. [5, 6], автором была проведена оценка 80 субъектов РФ по уровню инновационного потенциала. Исходя из уровня инновационного потенциала региона: высокий, средний, ниже среднего и низкий, были выделены четыре кластера. При этом для типологии кластеров была использована матричная модель, в которой отражены различные варианты комбинаций уровней формирования и использования инновационного потенциала региона (см. рисунок).

Таблица 1

Оценка инновационного потенциала региона

Уровень показателя	Обобщающий показатель формирования инновационного потенциала региона	Обобщающий показатель использования инновационного потенциала региона	Обобщающий показатель инновационного потенциала региона
Высокий	$P_{\text{Фин}} < 0,20$	$P_{\text{Исп}} < 0,30$	$P_{\text{Инт}} < 0,55$
Средний	$P_{\text{Фин}} = \{0,20 \div 0,30\}$	$P_{\text{Исп}} = \{0,30 \div 0,55\}$	$P_{\text{Инт}} = \{0,50 \div 0,85\}$
Ниже Среднего	$P_{\text{Фин}} = \{0,30 \div 0,40\}$	$P_{\text{Исп}} = \{0,55 \div 0,70\}$	$P_{\text{Инт}} = \{0,85 \div 1,10\}$
Низкий	$P_{\text{Фин}} = \{0,40 \div 1,0\}$	$P_{\text{Исп}} = \{0,70 \div 1,0\}$	$P_{\text{Инт}} = \{1,10 \div 2,0\}$

Уровень $P_{\text{Фин}}$

высокий	кластер 3 кластер Е	кластер 2 кластер Г	кластер 1 кластер Б	кластер 1 кластер А
средний	кластер 3 кластер Е	кластер 2 кластер Г	кластер 2 кластер В	кластер 1 кластер Б
ниже среднего	кластер 4 кластер З	кластер 3 кластер Д	кластер 2 кластер Г	кластер 2 кластер Г
низкий	кластер 4 кластер Ж	кластер 4 кластер З	кластер 3 кластер Е	кластер 3 кластер Е

Уровень $P_{\text{Исп}}$

Типология кластеров с позиции инновационного потенциала региона: $P_{\text{Фин}}$ – обобщающий показатель формирования инновационного потенциала региона; $P_{\text{Исп}}$ – обобщающий показатель использования инновационного потенциала региона

Используя предложенную матричную модель, были выделены 4 вида кластеров и 8 их разновидностей.

1. «Кластер 1» характеризуется высоким уровнем инновационного потенциала региона. При этом данный кластер включает два кластера:

– входящие в «кластер А» регионы характеризуются очень высоким уровнем инновационного потенциала. Значения обобщающих показателей формирования и использования инновационного потенциала региона субъектов РФ, входящих в данный кластер, самые высокие;

– в «кластер Б» входят субъекты РФ с высоким уровнем инновационного потенциала. В этом кластере возможны следующие комбинации значений обобщающих показателей:

1) высокие значения обобщающего показателя формирования инновационного потенциала региона (0,10–0,18) и средние значения обобщающего показателя использования инновационного потенциала региона (0,31–0,40);
2) средние значения обобщающего показателя формирования инновационного потенциала региона (0,20–0,26) и высокие значения обобщающего показателя использования инновационного потенциала региона (0,27–0,30);

2. В «кластер 2» входят субъекты РФ, у которых средний уровень инновационного потенциала. При этом данный кластер включает две разновидности:

– входящие в «кластер В» регионы характеризуются выше среднего уровнем инновационного потенциала. Значения обобщающих показателей формирования и использования

инновационного потенциала субъектов РФ, входящих в данный кластер, выше среднего уровня;

– в «кластер Г» входят субъекты РФ со средним уровнем инновационного потенциала. В этом кластере возможны следующие комбинации значений обобщающих показателей: 1) уровень обобщающего показателя формирования инновационного потенциала региона высокий (0,18–0,20) или средний (0,24–0,29), а уровень обобщающего показателя использования инновационного потенциала региона ниже среднего (0,57–0,59); 2) уровень обобщающего показателя формирования инновационного потенциала региона ниже среднего, а уровень обобщающего показателя использования инновационного потенциала региона высокий или средний;

3. В «кластер З» входят субъекты РФ, у которых уровень инновационного потенциала ниже среднего. При этом данный кластер включает две разновидности:

– входящие в «кластер Д» регионы характеризуются уровнем инновационного потенциала незначительно ниже среднего уровня. Значения обобщающих показателей формирования и использования инновационного потенциала региона субъектов РФ, входящих в данный кластер, незначительно ниже среднего уровня;

– в «кластер Е» входят субъекты РФ с уровнем инновационного потенциала ниже среднего. В этом кластере возможны следующие комбинации значений обобщающих показателей: 1) уровень обобщающего показателя формирования инновационного потенциала региона высокий (0,18–0,20) или средний (0,28–0,30), а уровень обобщающего показателя использования инновационного потенциала региона низкий (0,72–0,75); 2) уровень обобщающего показателя формирования инновационного потенциала региона низкий, а уровень обобщающего показателя использования инновационного потенциала региона высокий или средний;

4. «Кластер 4» – это группа субъекты РФ с низким уровнем инновационного потенциала. При этом данный кластер включает две разновидности:

– «кластер Ж» – это группа субъекты РФ с очень низким уровнем инновационного потенциала регионы. В этом кластере самые низкие значения обобщающих показателей

формирования и использования инновационного потенциала региона (0,70–0,80);

– входящие в «кластер З» регионы характеризуются низким уровнем инновационного потенциала. В этом кластере возможны следующие комбинации значений обобщающих показателей: 1) уровень обобщающего показателя формирования инновационного потенциала региона ниже среднего (0,38–0,40), а уровень обобщающего показателя использования инновационного потенциала региона низкий (0,70–0,75); 2) уровень обобщающего показателя формирования инновационного потенциала региона низкий, а уровень обобщающего показателя использования инновационного потенциала региона ниже среднего.

Полученные результаты оценки инновационного потенциала позволили проранжировать субъекты РФ по уровню инновационного потенциала и присвоить им рейтинги. Наивысший ранг присваивается субъекту с наименьшим значением обобщающего показателя инновационного потенциала региона, что соответствует наиболее высокому уровню инновационного потенциала (табл. 2).

Результаты оценки инновационного потенциала региона и проведенная типология субъектов РФ позволили разработать направления развития инновационного потенциала региона (табл. 3).

Представляется, что разработанная методика оценки инновационного потенциала региона позволит:

- определять уровень инновационного потенциала региона;
- сравнивать регионы по уровню инновационного потенциала;
- ранжировать субъекты РФ по уровню инновационного потенциала региона;
- разрабатывать программы регионального развития с учетом эффективного использования инновационных ресурсов региона.

Литература

1. Егоров, Е.Г. *Научно-инновационная система региона: структура, функции, перспективы развития* / Е.Г. Егоров, Н.В. Бекетов. – М.: Academia, 2002. – 224 с.
2. Емельянов, С.Г. *Методологические основы исследования инновационного потенциала региона* / С. Г. Емельянов, Л.Н. Борисоглебская // *Инновации*. – 2006. – №2. – С. 20–32.
3. Калюжнова, Н.Я. *Конкурентоспособность регионов в условиях глобализации* / Н.Я. Калюжнова. – М.: ТЕИС, 2003. – 526 с.

Таблица 2

Ранги субъектов РФ по уровню инновационного потенциала за 2005–2006 гг.

Наименование субъекта	Ранг		Наименование субъекта	Ранг	
	2005 г.	2006 г.		2005 г.	2006 г.
Пермский край	3	1	Чувашская Республика	24	41
Самарская область	1	2	Республика Коми	59	42
Республика Татарстан	2	3	Ленинградская область	61	43
г. Санкт-Петербург	8	4	Республика Дагестан	36	44
Нижегородская область	12	5	Карачаево-Черкесская Республика	40	45
Свердловская область	5	6	Республика Хакасия	37	46
г. Москва	7	7	Вологодская область	42	47
Калужская область	10	8	Брянская область	38	48
Ульяновская область	14	9	Липецкая область	43	49
Новгородская область	4	10	Омская область	57	50
Орловская область	6	11	Приморский край	52	51
Московская область	9	12	Рязанская область	39	52
Томская область	13	13	Красноярский край	55	53
Воронежская область	11	14	Оренбургская область	65	54
Калининградская область	28	15	Кемеровская область	51	55
Ярославская область	18	16	Читинская область	63	56
Владимирская область	20	17	Краснодарский край	66	57
Челябинская область	15	18	Тюменская область	62	58
Пензенская область	26	19	Республика Карелия	58	59
Республика Мордовия	25	20	Республика Алтай	44	60
Тульская область	16	21	Республика Саха (Якутия)	49	61
Ростовская область	21	22	Псковская область	74	62
Саратовская область	22	23	Республика Адыгея	73	63
Тверская область	46	24	Магаданская область	64	64
Курская область	45	25	Ивановская область	56	65
Тамбовская область	50	26	Камчатская область	60	66
Удмуртская Республика	33	27	Архангельская область	53	67
Ставропольский край	34	28	Амурская область	71	68
Мурманская область	19	29	Кировская область	69	69
Белгородская область	41	30	Астраханская область	48	70
Волгоградская область	17	31	Республика Марий Эл	70	71
Республика Башкортостан	30	32	Республика Северная Осетия – Алания	68	72
Хабаровский край	23	33	Сахалинская область	67	73
Курганская область	31	34	Смоленская область	72	74
Алтайский край	35	35	Республика Тыва	76	75
Республика Бурятия	54	36	Еврейская автономная область	75	76
Новосибирская область	29	37	Республика Калмыкия	77	78
Кабардино-Балкарская Республика	32	38	Чеченская Республика	79	78
Иркутская область	47	39	Чукотский автономный округ	78	79
Костромская область	27	40	Республика Ингушетия	80	80

Направления развития инновационного потенциала региона

Ресурсный компонент инновационного потенциала региона	
Промышленно-производственный потенциал в составе инновационного потенциала	<ul style="list-style-type: none"> – ориентация осуществляемых инвестиций на приобретение современного технологического оборудования, способного реализовать научно-исследовательские разработки в инновационную продукцию, услуги; – формирование на базе незагруженных площадей крупных предприятий производственных площадок малых инновационных фирм; – предоставление налоговых льгот на приобретение высокотехнологичного оборудования; – региональная поддержка субъектов инновационной деятельности на приобретение и эксплуатацию оборудования, расходных материалов, в том числе для оснащения центров коллективного пользования оборудованием, инжиниринговых и других центров; – освобождение от налогообложения имущества, участвующего в реализации приоритетного инновационного проекта
Трудовой потенциал в составе инновационного потенциала	<ul style="list-style-type: none"> – разработка и реализация программ по развитию студенческой инновационной деятельности; – разработка и внедрение инновационных образовательных программ, в том числе по дистанционным методам обучения; – организация и развитие научной и инновационной инфраструктуры в образовательной среде, в том числе научно-образовательных лабораторий, инновационных центров, бизнес-инкубаторов, центров развития инновационных компетенций и других объектов; – целевая контрактная подготовка специалистов для научно-технической и инновационной деятельности; – разработка и реализация программ подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для инновационной деятельности
Финансовый потенциал в составе инновационного потенциала	<ul style="list-style-type: none"> – создание и стимулирование деятельности венчурных фондов; – создание региональных фондов прямых инвестиций; – долевое участие региона в компенсации затрат частного бизнеса на зарубежное патентование; – софинансирование регионом НИОКР, выполняемых по направлениям, приоритетным для региона (энергосбережение, экология и т.д.); – привлечение прямых иностранных инвестиций в высокотехнологичный комплекс региона; – предоставление из регионального бюджета субсидий; – предоставление государственных гарантий региона в качестве обеспечения исполнения обязательств инвестора, возникающих в процессе реализации инновационных инвестиционных программ и проектов; – предоставление льгот по аренде имущества, находящегося в государственной собственности региона; – компенсация регионом части процентной ставки по банковским кредитам для реализации научно-технических и инновационных программ и проектов
Интеллектуальный потенциал в составе инновационного потенциала	<ul style="list-style-type: none"> – развитие инновационно ориентированных прикладных исследований (с учетом конкретных заказов НИР, НИОКР, ОКР); – формирование единой региональной системы учета результатов научно-исследовательской, опытно-конструкторских и технологических работ
Организационно-управленческий потенциал в составе инновационного потенциала	<ul style="list-style-type: none"> – разработка и принятие концептуальных документов, таких как стратегии и программы регионального инновационного развития, концепция научно-технической политики региона и другие нормативные документы по вопросам регулирования инновационной деятельности; – развитие инновационной инфраструктуры региона; – повышение степени согласованности, оперативности взаимодействия региональных органов власти с федеральными органами в вопросах инновационного развития

Окончание табл. 3

Результирующий компонент инновационного потенциала региона
<ul style="list-style-type: none"> – размещение заказов на создание инновационной продукции на территории региона субъектам государственной поддержки инновационной деятельности на конкурсной основе посредством заключения договоров (контрактов); – снижение налога на прибыль, подлежащего зачислению в бюджет региона, по ставке пропорционально удельному весу выручки, полученной от реализации инновационной продукции, в общей сумме выручки

4. Суворинов, А.В. О развитии инновационной деятельности в регионах России / А.В. Суворинов // *Инновации*. – 2006. – № 2. – С. 12–19.

5. www.invur.ru

6. www.gks.ru

Поступила в редакцию 17 февраля 2009 г.

Маскайкин Евгений Павлович. Старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Уральского социально-экономического института Академии труда и социальных отношений, г. Челябинск. Область научных интересов – инновации, инновационный потенциал, инновационное развитие региона. Контактный телефон: (8-351) 262-63-86, 89048194859.

Maskaikin Evgeniy Pavlovich. Senior teacher of the Business Accounting, Analysis and Audit department, Ural Social-Economic Institute (Branch) of the Academy of Labour and Social Relations, Chelyabinsk. Scientific interests: innovations, innovative potential, innovative development of region. Contact phone number: (8-351) 262-63-86, 89048194859.

Арцер Татьяна Владимировна. Старший преподаватель кафедры экономики Томского политехнического университета. Область научных интересов – взаимодействие региональных органов власти и бизнеса. Контактный телефон: (8-3822) 56-35-82.

Artser Tatyana Vladimirovna. Senior teacher of the Economy department of Tomsk Polytechnic University, Tomsk. Scientific interests: interaction of regional authorities and business. Contact phone number: (8-3822) 56-35-82.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ВЕНЧУРНЫМИ ИНВЕСТИЦИЯМИ В РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ

С.А. Попов, М.Н. Переверзева, Т.В. Суркова

Статья посвящена венчурным механизмам финансирования инновационных проектов. Авторами рассмотрены основные этапы венчурного процесса, выделены направления совершенствования организационно-экономического механизма венчурного инвестирования. В статье авторы предлагают методику создания баз данных венчурных проектов и потенциальных венчурных инвесторов, методику отбора компаний-заявителей венчурных проектов (в сфере формального рынка), методику оценки эффективности венчурного проекта

Ключевые слова: венчурный капитал, инновации, инвестирование, бизнес-ангелы, эффективность, проект, информация, управляющая компания

Венчурный капитал представляет собой финансовое звено инновационной инфраструктуры, объединяющее носителей капитала и носителей технологий, и именно он решает проблему финансовой недостаточности в секторе стартующих инновационных проектов. Развитие индустрии венчурного капитала и прямого инвестирования в России в настоящий момент является одним из приоритетных направлений государственной инновационной политики и необходимым условием активизации инновационной деятельности и повышения конкурентоспособности отечественной промышленности.

Венчурное инвестирование – важнейший источник внебюджетного финансирования научных исследований, прикладных разработок и инновационной деятельности. Средства венчурных инвесторов вкладываются в основном в уставной капитал вновь созданных малых и средних предприятий, ориентированных, как правило, на развитие новых технологий или создание новых наукоемких продуктов. В сущности, принцип венчурного инвестирования представляет собой встроенный в экономику механизм отбора инновационных проектов. Это означает, что широкий спектр научных идей получает рыночную оценку своей перспективности на очень ранней стадии. Такой «ранний» отбор инноваций позволяет сконцентрировать ограниченные инвестиционные ресурсы на тех направлениях, которые соответствуют реальному экономическому спросу.

Основные этапы процесса венчурного инвестирования представлены на рис. 1.

Первым этапом деятельности фонда является сбор средств инвесторов. Затем происходит поиск, отбор и оценка проектов для реализации, что является важнейшей предпосылкой финансового успеха венчурного инвестора. Поскольку специфичным для венчурного финансирования является проявление правила «3–3–3–1» (из 10 проинвестированных компаний: 3 – неудачны, 3 – приносят умеренную доходность, 3 – высокодоходны, 1 – сверхдоходна), необходим основательный подход к отбору всех компаний, так как заранее неизвестно, кто из них представляет собой потенциальную «звезду» технологического рынка и имеет перспективы стать лидером [1].

Исторически бизнес-ангелы (представители неформального рынка венчурного капитала) находили проекты тремя способами [2].

1. Инвесторы находили для себя проекты благодаря личным контактам. К начальным источникам относятся знакомые, у которых имеются связи с главами компаний, друзья, члены семьи или коллеги, которые верят в будущее венчурной отрасли, либо родственники или знакомые, занимающие руководящие должности в компаниях, а также инвесторы, уже участвующие в проектах.

2. Бизнес-ангелы заключали сделки по рекомендациям юристов, бухгалтеров, служащих инвестиционных банков, брокеров или других лиц и организаций, предоставляющих квалифицированные услуги, такие как официальные или неформальные клубы бизнес-ангелов. Как правило, эти профессионалы были знакомы или имели связи с основателями



Рис. 1. Последовательность этапов венчурного инвестирования

или руководителями компаний, ищущих капитал.

3. Инвесторы получали приглашение от людей, которые не являлись членами семей работников фирмы, ищущей капитал для своего развития. В некоторых случаях кто-то просто звонил по телефону или подходил к инвесторам на форумах, в рамках которых предприниматели искали возможности вступить в контакт с инвесторами и добиться финансирования.

Такая ситуация наблюдается в основном на западных и европейских рынках венчурного капитала, в число которых Россия не входит. К тому же, анализ зарубежной литературы показал, что на этих рынках специалисты говорят о низкой эффективности трёх вышеперечисленных способов и ищут пути совершенствования инструментов для поиска компаний-реципиентов венчурных инвестиций.

В отношении институциональных инвесторов, которые чаще всего являются венчурными компаниями, управляющими средствами пенсионных фондов, страховых компаний, банковских структур, корпораций и частных инвесторов, основными инструментами поиска компаний являются венчурные ярмарки и форумы.

Повышение эффективности этапа «deal-flow» требует построения соответствующей инфраструктуры. Начальным этапом создания данной инфраструктуры является формирование организационного механизма поиска венчурных проектов. Сущность такого механизма заключается в организации информационного обеспечения процесса вовлечения в деловую активность реципиентов венчурных инвестиций, институциональных и частных венчурных инвесторов. Ключевой основой такого

информационного обеспечения должна стать специализированная база данных о тематике, характеристиках венчурных проектов, их носителях, о потенциальных инвесторах.

По мнению авторов, для реализации данного организационного механизма должна быть сформирована система информационного обеспечения, включающая четыре базы данных (рис. 2).

Информационное обеспечение включает организацию процесса наполнения, постоянной актуализации представленных баз данных, а также продвижение накопленной информации на целевой рынок сбыта. Рынком сбыта в данном случае выступают представители формального и неформального рынков венчурного капитала (венчурные инвесторы и бизнес-ангелы), а также субъекты государственных венчурных структур.

Схема действия и взаимосвязи между базой данных о венчурных управляющих компаниях и дополнительной базой данных о венчурных инвесторах проявляется в следующем. Получив различными способами венчурные предложения и проанализировав их, венчурные управляющие компании начинают активизировать процесс поиска венчурных инвесторов для инвестирования проектов. Для упрощения этой задачи необходимо организовать базу данных о венчурных инвесторах, из которой по различным параметрам (венчурные инвесторы будут классифицированы по различным признакам) будет получена информация о реально заинтересованных венчурных инвесторах в финансировании такого рода проектов. Временной промежуток между поиском и отбором компаний для венчурного инвестирования резко сокращается.

Вся собираемая информация должна



Рис. 2. Система информационного обеспечения поискового процесса венчурных проектов и инвесторов

иметь чётко структурированный и систематизированный характер и содержать наиболее значимые параметры для потенциальных потребителей. В состав информации о потенциальных венчурных предложениях должна входить как можно более полная информация об имеющихся в настоящий момент возможных схемах финансирования венчурных проектов.

Предлагаемый механизм управления системой информационного обеспечения поискового процесса должен обеспечивать оптимальное взаимодействие создателей-компаний венчурных проектов с группами потенциальных венчурных инвесторов, нацеленных на финансирование. Организация такого взаимодействия предполагает возможность выбора субъектом венчурного процесса пути поиска финансирования (рис. 3).

Таким образом, для обеспечения работы механизма необходимо организовать общедоступную базу данных венчурных предложений и потенциальных инвесторов, обеспечить эффективное взаимодействие с субъектами венчурных проектов, сформировать высококвалифицированную команду специали-

стов, обслуживающих эти базы данных и реализующих информационное взаимодействие между субъектами венчурных проектов и потенциальными инвесторами.

Методика создания баз данных венчурных проектов и потенциальных венчурных инвесторов представлена на рис. 4.

Для управления в широком смысле (сбор, обработка, обновление, предоставление информации и т. д.) созданными базами данных необходимо организовать управляющий орган – венчурный центр. Организация деятельности венчурного центра по формированию информационного поля и привлечению венчурных инвесторов к реализации венчурных проектов предполагает создание в нём следующих подразделений: группы формирования базы данных, группы экспертов по отбору венчурных проектов, группы экспертов по продвижению венчурных проектов на рынок венчурного капитала.

Информация о потенциальных венчурных инвесторах в базе данных классифицируется по группам. В состав каждой группы входят венчурные инвесторы со схожими условиями предоставления финансирования и требова-

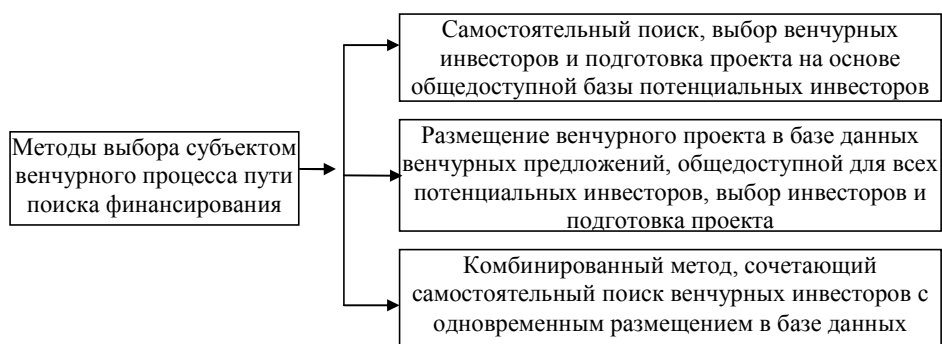


Рис. 3. Альтернативные методы выбора субъектом венчурного процесса пути поиска финансирования

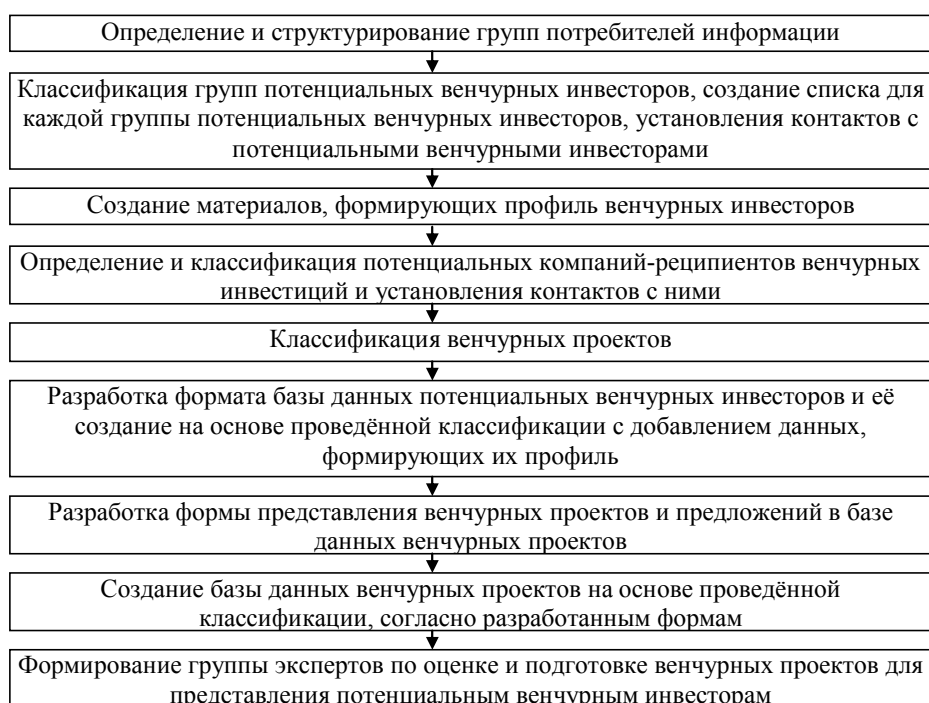


Рис. 4. Методика создания баз данных венчурных проектов и потенциальных венчурных инвесторов

ниями к объекту финансирования. Графически механизм сбора и обработки информации в базу данных потенциальных венчурных инвесторов представлен на рис. 5.

Материалы, формирующие профиль инвестора, важны при выходе на рынок. Разработка и воплощение данных материалов подразумевает обязательства, на выполнение которых обычно уходит много денег. Правильно разработанные материалы формируют положительный имидж венчурного инвестора: он заинтересован не только в деньгах, но и в участии в деятельности компании. Важно дать предпринимателю понять, какие выгоды может принести ему венчурный инвестор.

Материалы, формирующие профиль вен-

чурного инвестора, включают собственный веб-сайт, визитные карточки, возможно логотип и набор буклетов с описанием предыдущих венчурных проектов. Полезной будет также подшивка прессы, в которой упоминалось о венчурном инвесторе, приводились цитаты из его речей или характеристики. Помимо этого, можно использовать копии любых статей, которые явно отражают мнение и идеи венчурного инвестора по вопросам инвестирования и рекомендации для предпринимателей. Можно также использовать любые аудио- или видеопрограммы, в которых отражено участие венчурного инвестора в конференциях или других аналогичных мероприятиях.



Рис. 5. Механизм организации базы данных потенциальных венчурных инвесторов

Формировать профиль венчурного инвестора можно также с помощью брошюр, если речь идёт об официальной ситуации, или резюме, содержащего описание профессионального опыта венчурного инвестора и иную интересующую информацию неформального характера. Также могут прилагаться отзывы от работников компаний, инвестируемых венчурным инвестором, и расширенный перечень рекомендаций, включая рекомендации от банкира, юрисконсультанта, аудитора и работников компаний, в которых он вкладывал деньги или которые только рассматривает как потенциальных клиентов. Кроме того, можно включить подробное описание прошлых венчурных проектов или, возможно, проектов, которыми венчурный инвестор больше всего гордится.

При обращении в венчурный центр потенциальные венчурные инвесторы получают доступ к информационной базе венчурных проектов и выбирают наиболее подходящий, либо предприниматели обращаются в венчурный

центр для получения доступа к информационной базе венчурных инвесторов. Также венчурный центр может осуществлять услуги по подбору пар «предприниматель – венчурный инвестор» по заявлению одной из сторон сделки. Инициаторами подобного информационного взаимодействия выступают либо группа венчурных инвесторов, либо группа предпринимателей. Далее группа экспертов осуществляет их консалтинговую поддержку по анализу эффективности и целесообразности реализации венчурных предложений с учётом конкретных условий и требований венчурных инвесторов. Если эти требования соответствуют выбранному венчурному предложению или инвестору, тогда совместно с венчурным инвестором или предпринимателем осуществляется организационное сопровождение процесса активизации «столкновения» венчурного инвестора и предпринимателя или наоборот, затем следует стадия отбора компаний-реципиентов венчурных инвестиций.

После классификации венчурные проекты

объединяются в соответствующие группы проектов со схожими инвестиционными показателями и характеристиками. В результате этой работы формируется структурированная база данных венчурных проектов. Наличие такой базы данных позволяет в дальнейшем эффективно подходить к вопросу поиска и отбора, как венчурного проекта, так и потенциального венчурного инвестора из соответствующих баз данных.

Таким образом, система информационного обеспечения поискового процесса венчурных проектов и потенциальных инвесторов представляет собой совокупность элементов и процессов по отбору, хранению и систематизации информации о потенциальных венчурных инвесторах и проектах, а также информационную и методическую организацию взаимодействия предпринимателей и венчурных инвесторов.

Для осуществления процесса отбора компаний-заявителей венчурных проектов авторами предлагается следующая методика (в сфере формального рынка), представленная на рис. 6. Сущность её будет заключаться в анализе основных аспектов деятельности компании, их количественных и качественных

характеристик. Затем результаты данного анализа интегрируются и составляются решения прединвестиционного аудита для каждой компании-реципиента венчурных инвестиций, участвующих в процессе отбора. Решения прединвестиционного аудита, а также все рассчитанные количественные показатели по каждой компании сравниваются, и происходит выбор наиболее перспективного и лучшего венчурного предложения.

В процессе проведения аспектного анализа деятельности компаний, могут отсеяться некоторые из них, и в итоге останется несколько, либо одна компания. Также возможен вариант полного отсеивания, что приведёт к инициированию процесса поиска венчурных проектов заново. После проведения аспектного анализа деятельности компаний-реципиентов венчурных инвестиций составляются решения прединвестиционного аудита каждой из них. В данных решениях отражается качественное состояние основных срезов компаний, оценка уровня количественных параметров. Выявляется масштаб и характер текущих проблем компании. Затем осуществляется выбор наиболее стабильной и перспективной компании, способной обеспечить вы-



Рис. 6. Методика осуществления процесса отбора компаний-заявителей венчурных проектов (в сфере формального рынка)

сокую эффективность венчурных инвестиций.

В качестве дополнения к методике отбора компаний-реципиентов венчурных инвестиций, авторами предлагается методика оценки эффективности венчурных проектов, которая основывается на расчёте и сравнении соответствующих интегральных инвестиционных показателей по группе венчурных проектов.

Начальным этапом методики является анализ венчурным инвестором основополагающих характеристик предлагаемых к финансированию проектов. Таковыми являются: направленность венчурного проекта; цель венчурного проекта; обоснование необходимости достижения цели венчурного проекта; срок реализации венчурного проекта; график выполнения работ по проекту; основные технические характеристики венчурного проекта; обоснование затрат бюджета венчурного проекта.

Основным мотивом анализа основополагающих характеристик венчурного проекта для инвестора является возможное выявление грубых ошибок. Соответственно, если таковые будут выявлены, то предлагаемый к рассмотрению венчурный проект отвергается.

В процессе анализа основных характеристик венчурного проекта выявляются его финансовые элементы. Они служат основой для составления стартового баланса венчурного проекта. Таким образом, результатом первого этапа для разработки методики оценки эффективности венчурного проекта является составление стартового баланса венчурного проекта. Стартовому балансу присуща логическая и информационная взаимосвязь. Структура, достоверность стартового баланса должна полностью соответствовать правилам, установленным нормативными актами системы нормативного регулирования бухгалтерского учёта в Российской Федерации.

Второй этап методики оценки эффективности венчурного проекта – расчёт экономической эффективности венчурного проекта. Данный этап сводится к расчёту следующих прогнозных показателей:

- годовая выручка от реализации венчурного проекта в разрезе периодов;
- годовые совокупные затраты (себестоимость) в разрезе периодов.

Расчёт этих показателей должен иметь информативную базу. Соответствующую базу будет формировать венчурный инвестор

путём прогнозирования всевозможных показателей, величина и динамика которых будет влиять на размер годовой выручки и годовых совокупных затрат в разрезе периодов.

Третий этап – составление прогнозного отчёта о прибылях/убытках венчурного проекта. Определённые венчурным инвестором на втором этапе расчётные показатели являются основой для составления подобного отчёта. Результатом составления отчёта о прибылях/убытках венчурного проекта является определение чистого денежного потока от его реализации. В качестве чистого денежного потока выступает прогнозируемая чистая прибыль по периодам реализации венчурного проекта. Для наглядного представления информации о динамике величины чистой прибыли составляется график динамики прибылей/убытков венчурного проекта.

На четвёртом этапе методики оценки эффективности венчурного проекта осуществляется расчёт интегральных инвестиционных показателей. Основой для их расчёта являются рассчитанные на третьем этапе чистые денежные потоки (чистая прибыль) по периодам, срок этих периодов и размер венчурных инвестиций, сроки их вложения. Данный этап сводится к простой критериальной оценке венчурных проектов. Анализ различных источников [3–6] позволяет предложить следующую группу интегральных инвестиционных показателей (см. таблицу). Помимо расчёта интегральных инвестиционных показателей эффективности венчурного проекта необходимо составить график окупаемости затрат, в основу которого ляжет разница дисконтированных величин доходов и расходов (инвестиции) по периодам от реализации венчурного проекта.

Выбирается к инвестированию тот венчурный проект, интегральные показатели которого соответствуют оптимальным значениям и превышают показатели другого (или группы) венчурного проекта. Графически, предложенная авторами методика оценки эффективности венчурного проекта и выбор наиболее эффективного представлена на рис. 7.

Данная методика может применяться как отдельно от методики отбора компаний-реципиентов венчурных инвестиций, так и совместно. Совместное использование двух методик рекомендуется для особо рискованных (азартных) венчурных инвесторов.

Группа интегральных инвестиционных показателей для расчёта
эффективности венчурного проекта

Показатели	Обозначение	Формула расчёта	Элементы формулы
Показатели, основанные на дисконтированных оценках			
Чистая приведённая стоимость	$NPV > 0$	$\sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+r)^k} - \sum_{k=1}^m \frac{IC_k}{(1+r)^k}$	<ul style="list-style-type: none"> – P_k – доход (денежный поток) в k-й период; – r – ставка дисконтирования; – k – период дисконтирования; – IC_k – инвестиции в k-й период
Индекс рентабельности инвестиции	$PI > 1$	$\frac{\sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+r)^k}}{\sum_{k=1}^m \frac{IC_k}{(1+r)^k}}$	см. выше
Внутренняя норма прибыли	$IRR > r$	$\sum_{k=1}^m \frac{IC_k}{(1+IRR)^k} - \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+IRR)^k} = 0$	см. выше
Дисконтированный срок окупаемости инвестиции	$DPP \rightarrow \min$	$\sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+r)^k} \geq IC$	см. выше
Коэффициент эффективности инвестиций с учётом временной компоненты денежных потоков	$ARR_o > 0$	$\frac{PN_o}{1/2 \times (IC_o + RV)}$	<ul style="list-style-type: none"> – PN_o – дисконтированная среднегодовая прибыль; – IC_o – дисконтированная величина инвестиций; – RV – остаточная или ликвидационная стоимость проекта
Показатели, основанные на учётных оценках			
Срок окупаемости инвестиции	$PP \rightarrow \min$	$\sum_{k=1}^n P^k \geq IC$	см. выше
Коэффициент эффективности инвестиции	ARR	$\frac{PN}{1/2 \times (IC + RV)}$	<ul style="list-style-type: none"> – PN – среднегодовая прибыль – см. выше

Литература

1. Каширин, А.И. Венчурное инвестирование в России / А.И. Каширин, А.С. Семенов. – М.: Вершина, 2007. – 320 с.

2. Осипович, А. Рискованный бизнес. Delta Private Equity Partners / А. Осипович – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 203 с.

3. Валдайцев, С.В. Инвестиции / С.В. Валдайцев, П.П. Воробьёв; под. ред. В.В. Ковалёва, В.В. Иванова и др. – М.: ТК Велби, Изд-во «Проспект». – 2005. – 440 с.

4. Венчурное инвестирование инновационных проектов / А.А. Вишняков, А.П. Шихвердиев, Г.П. Полтавская и др. // Собственность, корпоратив-

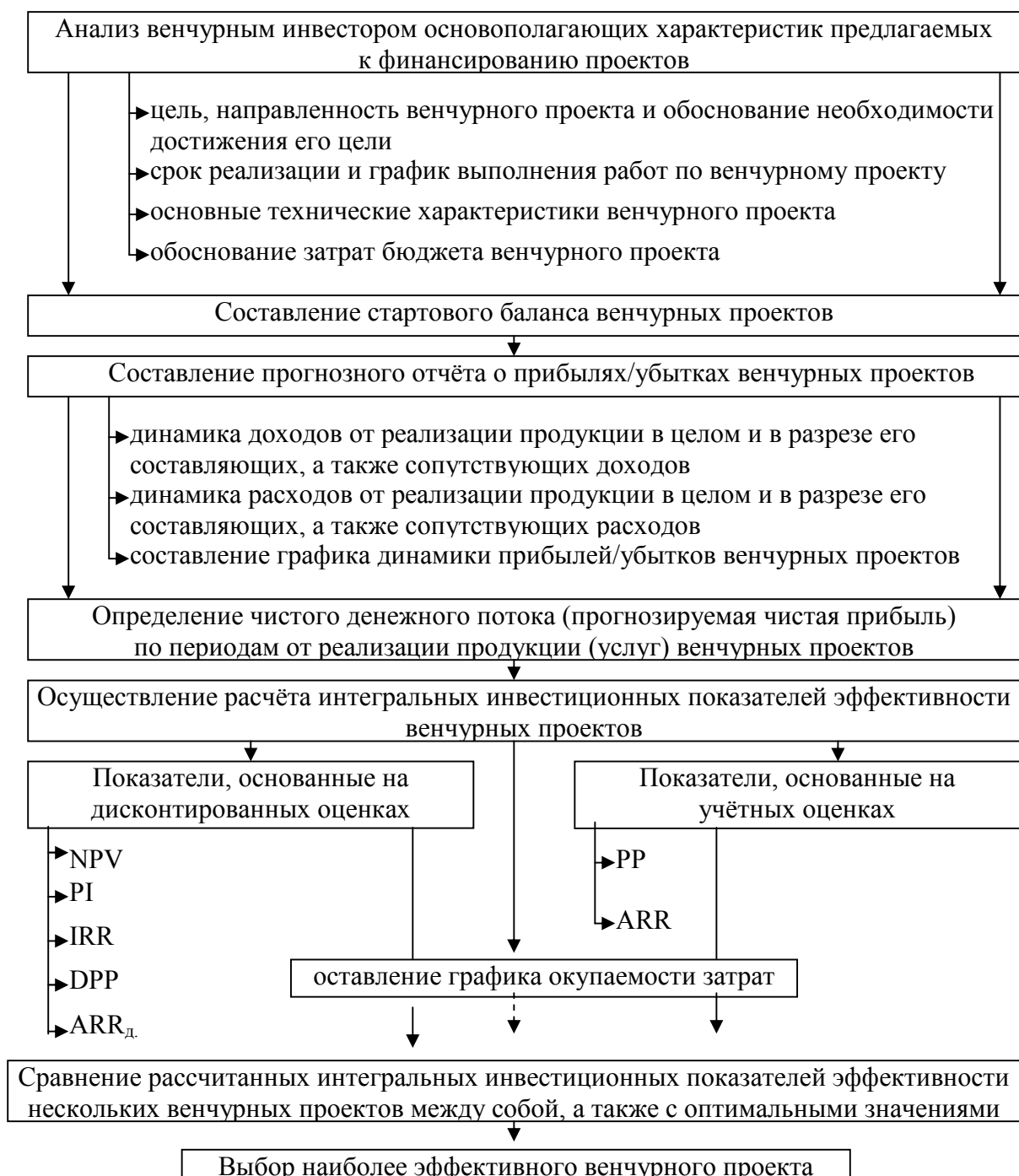


Рис. 7. Методика оценки эффективности венчурного проекта и выбор наиболее эффективного

ное управление и инвестиции. – Сыктывкар: Сыктывкарский филиал ОУ ВПО ЦС РФ «МУПК», 2005. – С. 102–127.

5. Вознесенская, Н.Н. Иностранные инвестиции. Россия и мировой опыт / Н.Н. Вознесенская. – М.: ИНФРА-М. – 2003. – 347 с.

6. Тикишаева, Л.Н. Инновационность малых предприятий / Л.Н. Тикишаева // Сборник научных статей докторантов, аспирантов и соискателей. – Чебоксары: Интеграл. – 2004. – С. 78–83.

Поступила в редакцию 27 октября 2008 г.

Попов Сергей Анатольевич. Кандидат технических наук, зав. кафедрой «Менеджмент» ГОУ ВПО «Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева», Новомосковский институт (филиал), г. Новомосковск. Область научных интересов – государственное регулирование предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики. Контактный телефон: (8-262) 4-64-25.

Popov Sergey Anatolievich. Candidate of engineering sciences, Head of the Management department, state educational institution of higher professional education Russian Chemical and Technological University named after D. Mendeleev, Novomoskovsky Institute (branch), Novomoskovsk. Scientific interests: government regulation of entrepreneurial activity at market economy. Contact phone: (8-262) 4-64-25.

Переверзева Маргарита Николаевна. Ассистент кафедры «Менеджмент», ГОУ ВПО «Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева», Новомосковский институт (филиал), г. Новомосковск. Область научных интересов – венчурные механизмы финансирования инновационных проектов. Контактный телефон: (8-262) 4-64-25.

Pereverzeva Margarita Nikolaevna. Assistant of the Management department, state educational institution of higher professional education Russian Chemical and Technological University named after D. Mendeleev, Novomoskovsky Institute (branch), Novomoskovsk. Scientific interests: venture mechanisms of investment projects financing. Contact phone: (8-262) 4-64-25.

Суркова Татьяна Владимировна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент», ГОУ ВПО «Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева», Новомосковский институт (филиал), г. Новомосковск. Область научных интересов – интеграционные процессы: инвестиционный и инновационный аспекты. Контактный телефон: (8-262) 4-64-25.

Surkova Tatiana Vladimirovna. Candidate of Economics, associate professor of the Management department, state educational institution of higher professional education Russian Chemical and Technological University named after D. Mendeleev, Novomoskovsky Institute (branch), Novomoskovsk. Scientific interests: integration processes: investment and innovation aspects. Contact phone: (8-262) 4-64-25.

Управление социально-экономическими системами

УДК 35; 316
ББК 60.55

УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРОЙ

О.К. Слинкова, Е.Г. Грудистова

Статья посвящена проблеме управления организационной культурой как главного фактора успешного функционирования организации. Авторами выявлены особенности организационной культуры и представлена модель, отражающая последовательность и содержание основных практических действий по формированию, поддержанию и развитию организационной культуры. Подчеркнута необходимость исследования организационной культуры и культурных ценностей на всех стадиях управления, предлагается классификация организационной культуры, отражающая возможные характеристики культуры и учитывающая национальные особенности, присущие персоналу организации.

Ключевые слова: организационная культура, система ценностей, формирование, поддержание, изменение культуры, тип культуры, классификация типов, национальные особенности, диагностика.

Вопросы управления организационной культурой приобретают сегодня особую актуальность и значимость, поскольку она не только отличает одну организацию от другой, но и предопределяет успех функционирования компании в долгосрочной перспективе.

Термин «организационная культура» является весьма многогранным, что приводит к появлению множества определений (например, [5, 7, 10, 12, 14–18]), анализ которых позволяет выявить ее специфические особенности:

а) организационная культура – сложное системное образование, в основе которого лежат ценности, подсознательно определяющие поведение людей. Эти ценности возникают и развиваются совместно с организацией;

б) организационная культура позволяет идентифицировать организацию, следовательно, культура каждой организации уникальна;

г) организационная культура способствует сплоченности членов организации и может приводить компанию к успеху, если соответствует провозглашаемой компанией миссии;

д) организационная культура формируется как стихийно, так и благодаря целенаправленным управленческим воздействиям,

поэтому должна быть объектом современного управления.

Мы считаем, что определение понятия «организационная культура» должно основываться на более общем понятии – «культура», а также учитывать особенности ее носителя – организации. При этом важно выделить определяющий элемент (такой составляющей, образующей внутренний «стержень» организационной культуры, является система ценностей, принятых в организации), и соотнести организационную культуру с управлением и деятельностью самой организации.

Поэтому организационную культуру следует рассматривать как специфический продукт жизнедеятельности и развития организации, позволяющий выделить ее среди других и проявляющийся в системе разделяемых большинством членов организации ценностей, формирующийся под воздействием факторов внутренней и внешней среды организации как стихийно, так и благодаря целенаправленным управленческим действиям по «привитию» работникам единых культурных стереотипов поведения.

Организационная культура как объект управленческих воздействий обладает противоречивым характером. Основное противоречие заключается в необходимости, с одной стороны, поддерживать ее с помощью

традиций, с другой – проводить изменения, соответствующие требованиям меняющейся внешней среды. Традиции обеспечивают стабильность, целостность организации, слаженность взаимодействия и приверженность работников к организации и ее целям. Но традиции могут стать одновременно фактором, сдерживающим перемены, тормозящим развитие, если уже не отвечают меняющимся требованиям времени. Поэтому основная задача руководства в сфере организационной культуры заключается в сознательном воздействии на нее и целенаправленном внесении изменений, соответствующих целям организационного развития, т. е. в управлении организационной культурой.

Управление организационной культурой предполагает ее формирование, поддержание и, при необходимости, изменение.

Формирование организационной культуры заключается в осуществлении определенных действий, направленных на разработку системы норм, правил, ценностей, представлений для достижения стоящих перед организацией целей.

Формирование организационной культуры предполагает использование таких мер, как:

- определение целей организации (например, высокое качество продукции, обеспечение конкурентоспособности, получение высокой прибыли, служение народу и т. п.);
- разработку ценностей и норм организации;
- разработку фирменных знаков и символов;
- формирование образов и образцов поведения, воплощающих ценности и нормы организации;
- разработку кадровой стратегии.

Таким образом, формирование организационной культуры является сложным процессом, требующим значительных затрат времени и высокого профессионализма руководителей. В сущности, формирование организационной культуры предполагает «привитие» единых ценностей всем работникам организации. Успех в решении данной задачи зависит от того, насколько провозглашаемые руководством организационные ценности соответствуют ценностным ориентациям работников. Если ценностные ориентации работников и руководства организации не

будут соответствовать друг другу, то это приведет к разнообразным конфликтам, разочарованиям, которые повлекут снижение результатов деятельности организации.

Поддержание организационной культуры является частью процесса управления ею и имеет место в случае, если сформировавшаяся организационная культура удовлетворяет требованиям внутренних и внешних сторон организации, соответствует избранной миссии и стратегии.

Поддержание организационной культуры осуществляется в рамках таких процессов, как набор персонала, социализация работников, признание и продвижение сотрудников.

Процесс набора персонала является важным, поскольку при его осуществлении кандидат получает информацию об организации и имеет возможность сравнить свои ценности, нормы и убеждения с ценностями организации. Кроме того, в процессе набора сотрудников руководство имеет возможность получить сведения о них, выявить их ценностные ориентации и их соответствие организационным ценностям.

Методы приобщения новичков к организации и ее культуре направлены на формирование у них определенных ценностей и норм, которые помогут адаптироваться на новом месте и осознать свою причастность к сформировавшейся в организации культуре. Методы социализации разнообразны: это и профессиональная подготовка, и социальная подготовка, и ознакомление с основными организационными ценностями, и участие в разнообразных корпоративных мероприятиях, и посвящение новичков в историю организации через раскрытие своих секретов, ритуалов, рассказы о легендарных людях в организации. Подобные мероприятия способствуют пониманию вновь прибывающими в организацию сотрудниками ее линии поведения и особенностей.

Если сотрудник успешно прошел отбор и социализацию, воспринял культуру организации, то он оказывается как бы «зачисленным в ее ряды». Успешная деятельность нового члена в организации требует признания его как члена организации, поощрения его достижений. При этом признание может заключаться в том, что сотрудника ставят в пример другим, поощряют морально и, при возможности, материально. Продвижение его

по карьерной лестнице также способствует поддержанию организационной культуры, которая выбрала своей целью достижение не только организационных, но и личностных успехов.

Изменение организационной культуры оказывается необходимым в случае, если она не удовлетворяет основным требованиям, предъявляемым к организации, не соответствует выбранной стратегии, не способствует организационному развитию.

Изменение организационной культуры может происходить естественным путем под влиянием изменений во внешней среде (изменение общих экономических условий, политической обстановки, деловой среды и т. п.) и во внутренней (смена стадий жизненного цикла, собственников, главных руководителей, характера и условий труда, уровня образования работников, организационный кризис и т. п.). Такое изменение организационной культуры происходит необязательно в лучшую сторону. Другой тип изменения – сознательное со стороны руководства организации. Его мы и будем рассматривать в качестве элемента управления организационной культурой.

Изменение организационной культуры представляет собой воздействие со стороны руководителей, направленное на изменение элементов организационной культуры с целью выживания организации и (или) повышения эффективности ее функционирования.

Необходимость в культурных изменениях может возникнуть на любых этапах развития организации. Но если на стадии формирования культурные изменения могут быть легко осуществимы (поскольку организационная культура еще не полностью сформировалась, она может изменяться за счет приложения незначительных усилий – демонстрация лидером личного примера, отбор и продвижение нужных сотрудников, вознаграждение их за определенные действия по формированию и внедрению культурных ценностей в жизнь), то на стадиях зрелости и тем более спада культура является уже сформировавшимся целым, и для ее изменения потребуется приложить больше усилий, причем как со стороны лидера, так и со стороны сотрудников организации.

Таким образом, управление организационной культурой представляет собой доста-

точно сложный процесс, требующий всестороннего и глубокого анализа культуры организации, учета многообразных факторов, воздействующих на организационную культуру, разработки соответствующих механизмов управления ею. При этом целью управления является организационное развитие.

Анализ существующих подходов к исследованию и управлению организационной культурой позволил разработать авторскую модель управления, отражающую логику, последовательность и содержание основных этапов практических действий, направленных на формирование, поддержание и развитие организационной культуры (см. рисунок).

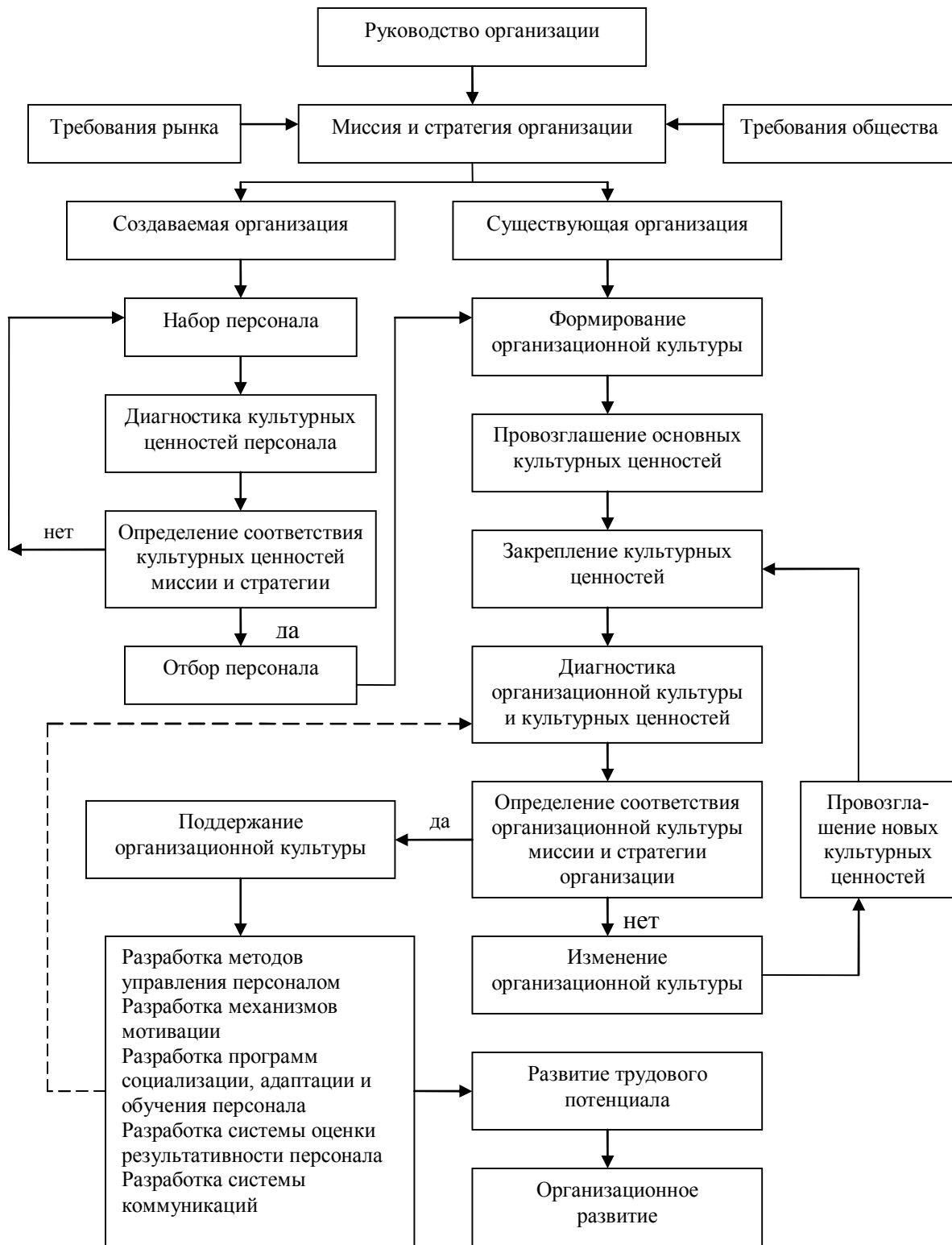
Управление организационной культурой (равно как и управление организацией) предполагает первоначальное определение целей организации, разработку миссии и стратегии развития организации с учетом требований рынка к бизнесу и общества к социальной ответственности бизнеса.

Миссия раскрывает основное предназначение организации, ее социальную установку и представляет собой набор основных концептуальных положений, раскрывающих то, чему решила посвятить себя организация. Под целями организации понимаются желаемые результаты ее функционирования. Стратегия представляет собой план действий, определяющий приоритетные направления в достижении поставленных целей и необходимые для этого ресурсы.

После выработки стратегии начинается процесс формирования организационной культуры, предполагающий определение и провозглашение основных культурных ценностей организации. При доведении ценностей до персонала руководство должно обращаться как к разуму сотрудников, так и к эмоциям и лучшим чувствам.

Ценности, составляя стержень организационной культуры, регулируют трудовое поведение работников. Поэтому в процессе определения культурных ценностей очень важно не просто продекларировать их, а довести их до осознанного восприятия персоналом, до воплощения их в реальном поведении работников.

Сознательному восприятию организационных ценностей персоналом способствует разработка этических норм и принципов, на-



Модель управления организационной культурой

правленных на разъяснение предпочтительных стандартов поведения членов организации. Многие организации осуществляют разработку специального этического

кодекса и проводят обучение этическому поведению с целью повышения восприимчивости работников к этическим проблемам и

восприятия ими провозглашенных организационных ценностей.

Следующим шагом в процессе формирования организационной культуры будет закрепление ценностей на подсознательном уровне, что обеспечивает привитие персоналу желаемых образцов поведения. Для достижения подобной цели необходимы разработка и проведение организационных мероприятий, направленных на формирование и внедрение в практику деятельности организации традиций, ритуалов, обрядов и фирменной символики. Организационные ценности усваиваются сотрудниками, определяют поведенческие нормы («как должно быть») и формируют реальное поведение работников. Соответствие ценностям становится для каждого работника естественным условием его деятельности в организации не потому, что ему говорят об этом или ожидают от него определенного поведения, а потому, что он считает это единственно правильным. В результате происходит воплощение организационных ценностей в реальную практическую деятельность организации.

После формирования организационной культуры необходима ее диагностика, заключающаяся в выявлении ее соответствия стратегическому курсу. Организационная культура и стратегия предприятия тесно связаны между собой, они должны гармонизировать друг с другом и дополнять друг друга [11].

Следует отметить, что диагностика должна осуществляться как после формирования организационной культуры, так и до. Дело в том, что в процессе создания организации в нее вливаются люди со своими культурными ценностями, которые должны учитываться при формировании организационной культуры.

Если в результате диагностики выясняется несоответствие между организационной культурой и выработанной стратегией, организационная культура должна быть изменена. Если же культура и ценностные ориентации работников соответствуют миссии и стратегии организации, то следующим шагом в управлении организационной культурой будет ее поддержание.

Изменение организационной культуры предполагает провозглашение новых организационных ценностей и закрепление их на подсознательном уровне.

Поддержание организационной культуры означает необходимость разработки методов управления персоналом (административных, экономических, социально-психологических, либо их комбинации) совместно с механизмами трудовой мотивации (вынужденная мотивация, стимулирование персонала, социально-психологическая мотивация, либо их комбинации), программ социализации, адаптации и обучения персонала, системы оценки результативности персонала, системы коммуникаций в организации и пр.

Результатом деятельности руководства организации в сфере управления организационной культурой будет являться развитие трудового потенциала, что в свою очередь приведет к организационному развитию.

Следует отметить, что любые действия, связанные с управлением организационной культурой, предполагают ее исследование.

Так, при формировании организационной культуры, разработке ценностей и норм, кадровой политики необходима диагностика культурных ценностей персонала с целью выявления их соответствия провозглашаемой миссии организации, определения степени «закрепленности» этих ценностей на подсознательном уровне.

Поддержание организационной культуры в части набора персонала и признания сотрудников также требует выявления степени восприятия ими себя и организации как единого целого. Учитывая же тот факт, что приход новых сотрудников может оказать влияние на культуру организации, руководству следует периодически осуществлять диагностику организационной культуры с тем, чтобы она не «вышла из-под контроля» [13, с. 99].

Изменения внутренней и внешней среды организации могут привести к естественному изменению организационной культуры. Для обеспечения управляемости изменений необходима диагностика организационной культуры и культурных ценностей.

Как представляется, сознательное целенаправленное изменение организационной культуры требует не только провозглашения новых культурных ценностей, но и выявления степени предрасположенности персонала к изменениям, которые могут быть определены путем исследования сложившейся в организации культуры. Оценка же степени восприятия персоналом осуществляемых

преобразований не может не предполагать соответствующей диагностики.

Таким образом, немаловажную роль в управлении организацией и ее культурой играет оценка организационной культуры и культурных ценностей. Как образно отметил Э. Шейн в своей работе «Организационная культура и лидерство», «если руководитель не будет знать культуры, в которой он укоренен, то не он будет управлять культурой, а она будет управлять им» [17, с. 34].

Для исследования организационной культуры отечественными и зарубежными учеными и практиками предлагаются различные подходы к выделению ее типов. На сегодняшний день широко известны типологии У. Оучи; К.С. Камерона и Р.Э. Куинна; Т.Е. Дилла и А.А. Кеннеди; Р. Акоффа; Р. Харрисона, О.С. Виханского и А.И. Наумова; Е.М. Бортника, Э.М. Короткова и А.Ю. Никитаевой; И.Д. Ладанова и др. [1–5, 8, 10, 19].

Данные подходы дают полезный материал для анализа содержания организационной культуры. Однако в большинстве из них отсутствуют четко выраженные классификационные критерии, что приводит к некоторым разночтениям и повторениям. Кроме того, каждый из подходов рассматривает только какой-то один аспект культуры – власть в организации, либо степень соблюдения деклараций, либо ориентация на внутреннюю или внешнюю среду, либо стиль лидерства и т. п. Между тем, организационная культура сложна, многообразна, проявляется в различных аспектах деятельности организации. Как отмечают практически все исследователи, в современном обществе невозможно найти ни одну организацию, культура которой относилась бы к какому-то одному типу.

Такая ситуация свидетельствует, по нашему мнению, о достаточной разрозненности существующих подходов к типологизации организационной культуры и неразработанности данного вопроса, что, в свою очередь, является следствием отсутствия системного подхода к исследованию организационной культуры.

В этой связи в настоящей работе сделана попытка систематизации различных подходов к выделению типов организационной культуры и разработки ее классификации (табл. 1).

При этом первые семь классификационных типов характеризуют разнообразие содержания организационной культуры и не могут быть оценены как «хорошие» или «плохие», поскольку преимущества и недостатки этих типов культур зависят от конкретной ситуации.

Последние три признака характеризуют силу, сплоченность и действенность организационной культуры. Сила культуры отражает степень осознания и принятия персоналом организации ключевых ценностей, провозглашаемых руководством. Сплоченность определяет целостность организационной культуры, т. е. общность целей, задач и ценностей всех подразделений организации. Действенность организационной культуры заключается в ее способности обеспечивать развитие личности и организации в целом. На эти признаки и должно быть обращено основное внимание руководства, желающего привести свою организацию к развитию.

Представленная классификация типов организационной культуры, на наш взгляд, достаточно полно отражает ее возможные характеристики и может использоваться для исследования культуры любой организации – коммерческой или некоммерческой, крупной или малой, находящейся на стадии развития или на стадии спада.

Другим немаловажным фактором, требующим учета при исследовании организационной культуры, является выявление национальных особенностей, присущих членам организации и воздействующих на ее культуру. Анализ разнообразных подходов и моделей для оценки национальных особенностей позволил определить перечень факторов, наиболее значимых для такой оценки организационной культуры (табл. 2).

Первые пять признаков национальных типов организационных культур соответствуют модели Г. Хофштеде [7]. Это объясняется тем, что данная модель является общепризнанной и рассматривает достаточно широкий круг особенностей национального поведения.

Классификационные признаки «деятельностная ориентация», «отношения человека к природе» и «представления о природе человека и возможностях его изменения» предложены У. Лэйном и Дж. Дистефано [20]. Исследование данных сторон организационной культуры, так же как и исследование «организации деятельности во времени» по

Таблица 1

Предлагаемая классификация типов организационной культуры

Классификационный признак	Тип организационной культуры	Ключевой признак организационной культуры
1. Ориентация на внутреннюю или внешнюю среду	Традиционная культура	Стабильность – важное условие функционирования
	Рыночная культура	Гибкость – важное условие функционирования
2. Уровень регламентации и формализации	Бюрократическая культура	Деятельность четко регламентирована
	Культура неформальных отношений	Регламенты деятельности отсутствуют, ценится личная активность сотрудников
3. Источники власти	Культура собственности	Власть принадлежит собственнику ресурсов
	Культура роли	Власть определяется занимаемой должностью
	Культура личности	Власть зависит от личных качеств лидера
	Культура знаний	Власть дает профессионализм
4. Отношение персонала к заданиям	Культура абсолютного послушания	Инициатива и ответственность лежат на руководителе
	Культура инициативы и личных обязательств	Подчиненные могут корректировать задания и нести за это ответственность
5. Степень привлечения персонала к принятию решений	Авторитарная культура	Персонал от управления отстранен
	Демократическая культура	Персонал участвует в управлении
	Либеральная культура	Сотрудники имеют значительную свободу действий
6. Направленность внимания	Культура с ориентацией на задачу	Главное – дело
	Культура с ориентацией на сотрудников	Главное – люди
7. Преобладающий вид мотивации	Культура, основанная на вынужденной мотивации	Используются методы принуждения
	Культура, основанная на стимулировании персонала	Используются методы стимулирования
	Культура, основанная на социально-психологической мотивации	Используются методы убеждения, воспитания и т. п.
8. Степень принятия ключевых ценностей	Сильная культура	Ценности разделяются всеми членами организации
	Слабая культура	Общие ценности отсутствуют
9. Воспринимаемая степень единства и целостности	Культура сотрудничества	Работники ощущают себя членами одной команды
	Культура конфронтации	Работники действуют по принципу «каждый за себя»
10. Соответствие провозглашаемых ценностей реальности	Культура реальных деклараций	Провозглашаемые принципы соблюдаются всеми
	Культура фиктивных деклараций	Провозглашаемые принципы часто нарушаются

Таблица 2

Предлагаемая классификация типов организационной культуры с учетом национального фактора

Классификационный признак	Тип организационной культуры	Ключевой признак организационной культуры
1. Признаваемый приоритет интересов	Индивидуалистическая культура	Предпочтение индивидуальным заданиям и индивидуальной ответственности
	Групповая культура	Предпочтение коллективным заданиям и коллективной ответственности
2. Отношение к неравноправию	Культура с малой дистанцией власти	Все люди равны; общество обязано оказывать поддержку его членам
	Культура с большой дистанцией власти	Субординация в отношениях – норма; каждый заботится о себе сам
3. Отношение к неопределенности	Культура, воспринимающая неопределенность	Предпочтение ситуациям, допускающим нестандартные действия
	Культура, отрицающая неопределенность	Предпочтение ситуациям, не грозящим неожиданностями
4. Преобладающая линия поведения	Мужественная культура	Главное в жизни – материальное благополучие
	Женственная культура	Главное в жизни – добрые отношения
5. Преобладающая ориентация	Культура с долгосрочной ориентацией	Планирование действий на перспективу
	Культура с краткосрочной ориентацией	Предпочтение текущему дню
6. Деятельностная ориентация	Культура, ориентированная на процесс	Главное – удовлетворение от работы
	Культура, ориентированная на результат	Главное – результат работы
7. Отношение к природе	Культура подчинения природе	Природа господствует над человеком
	Культура господства над природой	Человек – царь природы
	Культура гармонии с природой	Человек и природа – единое целое
8. Характер взаимоотношений	Культура иерархических связей	Знакомства – по их полезности
	Культура индивидуальных связей	Знакомства – по личному расположению
	Культура групповых связей	Знакомства – по принадлежности к обычному кругу
9. Организация деятельности во времени	Моноактивная культура	Методичное, последовательное доведение дела до конца
	Полиактивная культура	Совмещение нескольких дел, не всегда доводимых до конца
	Реактивная культура	Выполнение дела, наиболее важного в конкретной ситуации
10. Представления о природе человека и возможности его изменения	Культура с негативной оценкой человека и возможности его изменения	Человек трудиться не хочет, и никакие действия его не изменят. Поэтому задача управления – контроль и дисциплина
	Культура с негативной оценкой человека и позитивной оценкой возможности его изменения	Человек трудиться не хочет, но его можно перевоспитать. Поэтому задача управления – воспитание и обучение
	Культура с позитивной оценкой человека и возможности его изменения	Человек трудиться хочет и любит, труд есть смысл жизни. Поэтому задача управления – личностное развитие

модели Р.Д. Льюиса [9], позволит охарактеризовать как организацию, так и используемые методы управления.

Классификационный признак – характер взаимоотношений – предлагается нами ввиду того, что этот немаловажный аспект национальной культуры упущен из виду ее исследователями. Между тем, взаимоотношения между людьми являются основой любой организации. Данный признак представляется нам интересным еще и потому, что в зависимости от характера связей в организации можно выявить мотивацию персонала и выбрать соответствующие методы управления.

Поскольку основным элементом организационной культуры являются ценности, ее исследование должно предусматривать также и выявление системы ценностей, разделяемых персоналом организации. При анализе ценностей также используются разнообразные классификации.

Для достижения целей социального управления, на наш взгляд, наиболее приемлема классификация ценностей М. Рокича [6], выделяющая ценности целей и ценности средств их достижения, поскольку первые, отражая цели отдельных членов, могут и должны быть соотнесены с целями организации. Кроме того, выявленные ценности целей персонала могут помочь менеджерам разработать соответствующие методы управления.

Второй же тип ценностей – ценности средств достижения целей, – с одной стороны, отражает культуру организации, а с другой, также соотносится с методами управления.

С позиции управления коммерческой организацией важна оценка таких ценностей целей, как активность, деятельность, материальное благополучие, интересная работа, самостоятельность и независимость, творчество, самовыражение, социальное положение, статус, карьерный рост, власть, благотворительность, стабильность, хорошие отношения с коллегами, моральное удовлетворение от работы, гуманизм, свобода слова.

К ценностям средств достижения целей мы относим аккуратность, исполнительность, образованность, профессионализм, ответственность, настойчивость, предприимчивость, склонность к риску, целеустремленность, дисциплинированность, расчетливость, трудолюбие.

Кроме перечисленных выше ценностей, мы предлагаем оценивать и так называемые

нравственные ценности – доброта, порядочность, честность, совесть, сострадание, терпеливость, долг перед обществом и т. д. Данный вопрос представляет определенный интерес, поскольку эти ценности считаются традиционно присущими российской национальной культуре. Однако неизвестно, насколько эти черты сохранились в русских людях, переживших все катаклизмы XX века и вступивших в эпоху проводимых экономических преобразований.

Выше рассмотрен общий подход к управлению организационной культурой и внедрению в жизнь организации культурных ценностей, соответствующих принятой стратегии развития организации. Однако любые действия, предполагающие какие-либо изменения, негативно воспринимаются людьми (персоналом). Поэтому в целях преодоления сопротивления следует использовать определенные приемы, к которым можно отнести:

- как можно более широкое представление информации о планируемых и происходящих переменах с целью исключения слухов и недопонимания. Проведение перемен следует сделать «прозрачным» для всего персонала, который должен понимать смысл нововведений как с точки зрения интересов организации, так и своих личных интересов;

- внедрению организационных преобразований должно предшествовать обучение кадров, целью которого является не только информирование о сути нововведений, но и достижение положительного отношения к ним;

- поэтапное осуществление нововведений, предполагающее наличие предварительного эксперимента (введение нововведений в отдельных подразделениях для проверки положительных и отрицательных их последствий). Результаты предварительного эксперимента позволят руководству разобраться в общем отношении персонала к нововведениям, выявить недостатки нововведений, если таковые имеются, и разработать соответствующие мероприятия, позволяющие внедрить изменения в жизнь. Одновременное введение многих инновационных программ не является эффективным, поскольку работники могут не разобраться в них, не понять их суть и не воспринять культурные изменения;

- для успешного внедрения нововведений целесообразно широкое привлечение персонала к обсуждению проблем и поиску путей их разрешения, создание обстановки взаимного доверия и активной поддержки нововведе-

ний. Особое значение при внедрении нововведений имеет поддержка их неформальными лидерами;

– создание предрасположенности персонала к изменениям путем поддержки людей, отвечающих за их внедрение, стимулирование сотрудников, воплощающих в свою деятельность провозглашенные ценности и принципы, поощрение действий, способствующих изменениям в желаемом для организации направлении;

– осуществление символических изменений для закрепления на подсознательном уровне работников организационных ценностей путем активного формирования традиций, поддержания обрядов, использования лозунгов и символов организации. Опыт организаций, внедряющих нововведения в жизнь, показывает, что символика (название фирмы, логотип и т. п.), используемая на упаковке продукции, на транспортных средствах, в оформлении предприятия, рабочей одежды, положительно отражается на отношении персонала к компании, повышает преданность работников своей организации и чувство гордости за нее [11];

– отказ от прямой критики прошлого, так как подобные действия могут быть многими, особенно «старожилами» восприняты негативно: эти люди работали в прошлом, воспринимали прошлое как единственно верное, поэтому прямая критика может восприниматься ими как критика в свой адрес и вызвать обиду. Вместо этого целесообразно максимальное использование положительных сторон прошлого как почвы для будущего;

– создание системы измерения, учета и контроля достигаемых в ходе нововведений результатов, публичное признание успехов и достижений, чествование работников и подразделений, которые внесли весомый вклад в организационное развитие.

Характеризуя роль организационной культуры в достижении организационного развития, можно обратиться к работе К. Камерона и Р. Куинна, которые по результатам наблюдения более чем за тысячу организациями указывают: «Главной отличительной особенностью преуспевающих компаний, их самым важным конкурентным преимуществом, наиболее важным фактором, который все они выделяют как ключевую составляющую своего успеха, является культура их организаций» [8, с. 28].

Поэтому менеджмент современных организаций не может упускать из виду управление организационной культурой, формирование ее в нужном для организации направлении. Конечно, процесс формирования организационной культуры и управления ею сложен, требует значительных затрат времени и усилий, высокого профессионализма руководителей. Однако сильная культура организации, выполняя свои функции, обеспечит создание особого образа фирмы, отличного от других организаций. Это позволит потребителям выделить данную фирму среди аналогичных. Формирование же позитивного имиджа является немаловажным фактором обеспечения конкурентного положения на рынке.

Литература

1. Акофф, Р. Искусство решения проблем / Р. Акофф. – М.: Мир, 1982.
2. Бодди, Д. Основы менеджмента: пер. с англ. / Д. Бодди, Р. Пэйтон; под ред. Ю.Н. Кантуревского. – СПб.: Питер, 1999. – 816 с.
3. Бортник, Е.М. Управление связями с общественностью: учебное пособие / Е.М. Бортник, Э.М. Коротков, А.Ю. Никитаева; под ред. Э.М. Короткова. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2002. – 128 с.
4. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: учеб. пособие / В.Р. Веснин. – М.: ГНОМ-пресс при сод. ТД «Элит-2000», 1999. – 440 с.
5. Виханский, О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2003. – 528 с.
6. Гоштаутас, А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / А. Гоштаутас, А.А. Семенов, В.А. Ядов. – Л., 1979.
7. Джордж, Дж.М. Организационное поведение. Основы управления: учеб. пособие для вузов: пер. с англ. / Дж.М. Джордж, Г.Р. Джоунс; под ред. проф. Е.А. Климова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 463 с.
8. Камерон, К.С. Диагностика и измерение организационной культуры: пер. с англ. / К.С. Камерон, Р.Э. Куинн; под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.
9. Красовский, Ю.Д. Организационное поведение: учеб. пособие для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / Ю.Д. Красовский. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 511 с.
10. Ладанов, И.Д. Психология управления рыночными структурами: Преобразующее лидерство / И.Д. Ладанов. – М.: УЦ «Перспектива», 1997. – 288 с.
11. Маслов, В.И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры: учебник / В.И. Маслов. – М.: Финпресс, 2004. – 288 с.

12. Мильнер, Б.З. *Теория организации: учебник: 2-е изд., перераб. и доп.* / Б.З. Мильнер. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 480 с.

13. *Организационная культура: учебник / под ред. Н.И. Шаталовой.* – М.: Экзамен, 2006. – 654 с.

14. Рюттингер, Р. *Культура предпринимательства: пер. с нем.* / Р. Рюттингер. – М.: ЭКОМ, 1992. – 240 с.

15. Соломанидина, Т.О. *Организационная культура компании: учеб. пособие / Т.О. Соломанидина.* – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 624 с.

16. Спивак, В.А. *Организационная культура / В.А. Спивак.* – СПб.: Изд. дом «Нева», 2004. – 224 с.

17. Шейн, Э.Х. *Организационная культура и лидерство / Э.Х. Шейн.* – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.

18. *Экономика труда: социально-трудовые отношения: учебник / под ред. Н.А. Волгина, Ю.Г. Одегова.* – М.: Экзамен, 2006. – 736 с.

19. Deal, T. *Kennedi A. Corporate Cultures / T. Deal, A. Kennedi.* – Hannonds Worth: Penguin, 1982.

20. Lane, H.W. *International Management Behavior / H.W. Lane, J.J. Distefano.* – ELSON, 1988.

Поступила в редакцию 8 апреля 2008 г.

Слинкова Ольга Константиновна. Доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента и информационных технологий, Братский государственный университет, г. Братск. Область научных интересов – экономика труда и социально-психологические аспекты управленческой деятельности. Контактный телефон: (8-3953) 33-50-20.

Slinkova Olga Konstantinovna. Ph. D. (Economics), assistant-professor, Head of the Department of Management and Information Technologies, Bratsk State University, Bratsk. The area of research is lab our economics and socio-psychological aspects of management activity. Contact phone: (8-3953) 33-50-20.

Грудистова Елена Геннадьевна. Соискатель ученой степени кандидата экономических наук, старший преподаватель кафедры экономики и технологий бизнеса, Братский государственный университет, г. Братск. Область научных интересов – экономика труда и управление организацией. Контактный телефон: (8-3953) 37-62-01.

Grudistova Elena Gennadjevna. Competitor for candidate 's degree in economics, senior-teacher of the Department of Economics and Business Technolodies, Bratsk State University, Bratsk. The area of research is lab our economics and management of organization. Contact phone: (8-3953) 37-62-01.

ФОРМИРОВАНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Е.П. Третьякова

Статья посвящена рассмотрению возможностей применения новой типологии социально-экономических систем для совершенствования системы управления. На примере конкретной организации автор выявляет и обосновывает несоответствие компонентов системы управления между собой, а также их несоответствие выбранной бизнес-модели организации. По результатам исследования определены направления совершенствования системы управления рассмотренной организации и предложены пути гармонизации системы управления на основе типологии социально-экономических систем.

Ключевые слова: типология социально-экономических систем, результативность технологии управления, рациональность организационной структуры, оценка соответствия компонентов системы управления.

Серьезные исследователи состояния российского менеджмента отмечают, что наиболее распространенным недостатком, не позволяющим сформировать возможный потенциал организации, является несоответствие компонентов системы управления организации. Как представляется, на это есть несколько причин. Во-первых, отсутствует единая методика формирования внутренне сбалансированной системы управления, увязанной с целями и стратегией организации. Во-вторых, не выработаны формализованные методы оценки комплементарности элементов системы управления. В-третьих, высшее руководство многих организаций проводит по отношению к внешнему окружению реактивную политику, которая предполагает оперативные решения в ответ на произошедшие изменения. В этом случае индикатором произошедших изменений являются экономические результаты организации в виде дохода и прибыли. Достижение желаемой прибыльности не вызывает у большей части руководителей потребности совершенствовать организацию бизнеса, выявлять и использовать резервы организации.

Существенный шаг в устранении методологических препятствий на пути обеспечения сбалансированности системы управления позволяет сделать применение типологии социально-экономических систем, предложенной Г. Клейнером.

Напомним, Г. Клейнер [1] выделил четыре типа систем в зависимости от ограниченности или неограниченности протяженности системы во времени и пространстве: системы объектного, средового, процессного и проект-

ного типа. Объект – это система, ограниченная в пространстве, но неограниченная во времени, которая характеризуется изначально присущей высокой устойчивостью и повторяемостью. Среда – это система, которая не локализована ни в пространстве, ни во времени, является местом протекания экономических процессов, заполняет межобъектное пространство и способствуют распространению новаций между объектами. Процесс неограничен в пространстве, но ограничен во времени, является последовательным изменением состояния фиксированных сред или объектов, предназначен для распространения инноваций в экономическом пространстве. Наконец, проект – это система, ограниченная как во времени, так и в пространстве. Проект предполагает относительно кратковременные, но существенные изменения ситуации в социально-экономической сфере.

Анализируемый набор моделей бизнес-систем отвечает всем требованиям, предъявляемым к моделям:

– они позволяют отразить существенные свойства и особенности функционирования социально-экономических организаций с достаточной полнотой;

– они обладают практичностью, потому что служат методической основой для построения структуры организаций и соответствующих технологий управления;

– модели отличаются достаточной ясностью и простотой, что ускоряет их применение для управленческой практики.

Ранее нами показано [2], что выбор модели организации определяет тип ее организа-

ционной структуры и варианты технологии управления. Там же сделано предположение о возможности применения этой типологии систем для диагностики проблем бизнес-организации. Продолжим анализ возможностей применения типологии систем в этом направлении на примере конкретной организации производственного характера.

Последовательность этапов исследования такова:

- диагностика используемой руководством бизнес-модели;
- определение типа бизнес-модели по типологии, предложенной Г. Клейнером;
- идентификация применяемой руководством технологии управления;
- оценка результативности технологии управления и выявление проблем;
- определение рациональности применяемой организационной структуры и оценка ее соответствия технологии управления;
- определение направлений совершенствования управления организацией, исходя из выбранной бизнес-модели.

Определенную сложность в методическом плане составляет оценка результативности технологии управления, рациональности организационной структуры и оценки их соответствия. Причина сложности кроется в латентном характере составляющих системы управления и отсутствии единых методик для их анализа. В представляемом исследовании анализ результативности применяемой технологии управления проводился на основе модели функциональной оценки системы управления (ФМОМ) [3], которая предусматривает оценку качества выполнения каждой управленческой функции в баллах от 0 до 4 путем анкетирования руководящего и исполнительского персонала. Для оценки рациональности применяемой организационной структуры использовали методику Горшковой Л.А. [4], построенную на совокупности индикаторов. Выбор указанных методик обусловлен двумя основными причинами:

- 1) они представительны, так как позволяют комплексно оценить состояние объекта исследования;
- 2) они просты для применения, так как построены на системе индикаторов.

Исследуемая организация производит кровельные и фасадные материалы и входит в состав вертикально интегрированной холдинговой компании, занимающейся производством разнообразных строительных материалов, проектированием и строительством объектов как

гражданского, так и промышленного назначения. Продукция, предлагаемая организацией, пользуется большим спросом, потому что количество предложений на рынке товаров для кровли и фасадов зданий невелико. Компания имеет филиалы в различных регионах страны, а также в ближнем зарубежье. Ее ключевые компетенции: владение уникальными производственными, проектными и инжиниринговыми технологиями; предоставление заказчикам полного комплекса услуг в области промышленного и гражданского строительства; высокая квалификация персонала.

Изучение организационных, распорядительных и отчетных документов организации позволило выявить главные положения применяемой ею бизнес-модели:

- ориентация на корпоративных клиентов;
- выпускаемая продукция – кровельные и фасадные материалы;
- основные рынки (освоенные и новые) – различные регионы России и стран СНГ;
- реализация продукции осуществляется путем прямых продаж;
- проводимая стратегия – экспансия на новые рынки;
- основные поставщики металла – крупные металлургические комбинаты России.

Обращаясь к типологии социально-экономических систем Г. Клейнера, бизнес-модель рассматриваемой организации можно отнести к системе средового типа. Как установлено ранее, управление средовыми системами требует использования регламентной технологии [2]. Такая технология состоит в определении руководителем заданий для подчиненных с указанием возможных средств, методов, сроков выполнения, в пределах выделенных ресурсов. Достижение результативности работы обеспечивается необходимой квалификацией исполнителей, а также жестким контролем и профессионализмом руководителя. Диагностирование по ранее представленной методике [5], подтвердило применение регламентной технологии управления.

Анализ результативности применяемой технологии управления показал, что система менеджмента в организации сформировалась, однако его качество недостаточно и требует улучшения на каждом этапе. Наиболее проблемными функциональными областями явились мотивация, планирование и контроль, средние оценки по которым были ниже 2 баллов.

Наиболее проблемные категории и полученные по ним оценки представлены в таблице.

Результаты дают основание сделать вывод, что конкретным способом реализации регламентной технологии в данной организации является технология управления путем постоянных проверок и указаний, которая основана на приоритете контроля и жесткого управления над другими средствами и методами воздействия на персонал. Однако выбранная руководством технология управления, судя по всему, не позволяет в полной мере использовать имеющийся трудовой потенциал организации, а тем более развивать его, не способствует формированию и маркетингового потенциала. Отсутствует каскадирование стратегических целей до уровня подразделений и работников, для их достижения руководство применяет политику оперативных действий, которые не всегда могут приводить к желаемому результату.

Таким образом, можно высказать предположение о том, что экономический успех организации строится почти исключительно на использовании ее научно-технического потенциала, организационного потенциала холдинговой компании и слабой конкуренции на рынке предлагаемой продукции и услуг. Причем

организационный потенциал сформирован исключительно за счет синергетического эффекта объединения в единую систему взаимодополняющих ресурсов различных организаций, образующих единую технологическую цепочку.

Последующий расчет коэффициентов адекватности и согласия, предусмотренных моделью ФМОМ, показал, что руководители и рядовые работники руководствуются одинаковыми принципами в работе и адекватно оценивают принимаемые высшим руководством управленческие решения, положение дел по большинству направлений воспринимается всем коллективом одинаково. Следовательно, изменения по указанным направлениям можно назвать ожидаемыми. Таким образом, если высшее руководство осознает необходимость внесения изменений в проблемные сферы деятельности организации и примет соответствующие решения, реализация их будет успешной, так как не вызовет сопротивления персонала.

Экспресс-диагностика рациональности организационной структуры компании выявила следующие проблемы:

– количество связей, замкнутых на управляющего компанией, существенно превышает оптимальную норму управляемости и составляет 18;

Диагностика проблем организации

Проблемная область	Проблемная категория	Средняя оценка руководителей	Средняя оценка рядовых работников	Средняя оценка персонала
Планирование	1. Недостаточно развита работа по сбору и анализу данных о потребителях	1,5	1,44	1,47
	2. Слабая информированность о конкурентах и передовом опыте в области управления	1,7	1,76	1,73
	3. Отсутствие детализации стратегических целей в тактические и их доведения до каждого работника	2,3	2,28	2,29
Организация	4. Недостаточная регламентация полномочий и ответственности работников	1,6	1,56	1,58
Мотивация	5. Недостаточные условия для проявления инициативы работников	1,7	1,6	1,65
	6. Недостаточные условия для обучения и развития персонала	1,7	1,68	1,69
	7. Несоответствие денежного вознаграждения работников и результатов их труда	1,8	1,8	1,8
Контроль	8. Слабый учет мнений потребителей	1,5	1,4	1,45
Координация	9. Недостаточно развитая система предотвращения конфликтных ситуаций	1,7	1,64	1,67

Управление социально-экономическими системами

- количество связей, замкнутых на исполнительного руководителя, составляет 14;
- не проводится регулярное исследование рынка по причине отсутствия в структуре организации службы маркетинга; между тем, организация имеет сеть филиалов по всей стране, а также в ближнем зарубежье;
- неопределенная региональная специализации некоторых филиалов и регионального отдела сбыта, что приводит к развитию внутренней конкуренции;
- нечетко определен диапазон ответственности работников;
- нечетко определены связи между подразделениями;
- отсутствует формализованная стратегия развития;
- недостаточная информированность работников о целях и задачах организации;
- не проводится анализ хозяйственной деятельности, оценка рациональности использования ресурсов по причине отсутствия в структуре финансово-экономической службы.

Сопоставляя результаты, полученные методом функциональной оценки системы управления и экспресс-диагностики организационной структуры компании, можно сделать следующие выводы:

- применяемая организационная структура с ее излишней централизацией, недостаточной специализацией подразделений, нечетким распределением функций и ответственности работников в целом соответствует применяемой регламентной технологии управления;
- конкретным способом реализации регламентной технологии целевого управления является процессорная технология управления путем постоянных проверок и указаний;
- организационная структура и технология управления не соответствуют выбранной руководством бизнес-модели компании, поэтому не позволяют обеспечить ее результативность;
- построенная руководством структура и используемая технология управления не соответствуют трудовому потенциалу организации;
- организационная структура и технология управления не позволяют сформировать возможный при имеющемся трудовом потенциале организационный потенциал компании.

Обращаясь к сущности бизнес-модели организации как системы средового типа, можно предложить следующие направления совершенствования сбалансированности и по-

вышения результативности системы управления рассмотренной организации:

- укрепить внутрисистемные взаимодействия путем развития горизонтальных связей;
- создать единую базу данных о потребителях;
- устранить разрыв между высшим руководством и коллективом сотрудников, укрепить дух сотрудничества между ними путем формирования корпоративной культуры, соответствующей трудовому потенциалу организации;
- создать новые и упорядочить существующие внутрисистемные институты в виде неформальных норм, правил и традиций, в том числе групповых форм принятия решений по вопросам организации труда и производства, регулярной оценки состояния различных сфер функционирования организации, механизма формализованного каскадирования целей организации в цели подразделений и т.д.

Таким образом, рассмотренный пример демонстрирует, что предлагаемая Г. Клейнером типология моделей социально-экономических систем носит четко выраженный прикладной характер и позволяет решать следующие задачи: подбирать организационную структуру и технологию управления на основе выбранной бизнес-модели организации; оценивать соответствие между собой технологии и структуры управления, а также их соответствие бизнес-модели организации; выявлять ключевые проблемы или неиспользуемые резервы организации; определять основные направления устранения диспропорций и развития организации. Все это придает менеджменту организации научный характер и повышает качество управленческих решений. Вместе с тем следует отметить, что применение рассмотренной типологии социально-экономических систем требует использования подходящих методов диагностики характеристик и состояния подсистем организации. Кроме того, использование рассмотренной типологии организаций, как и любого другого инструмента менеджмента, в практической управленческой и консалтинговой деятельности требует осмысленного творческого подхода к выделению ключевых факторов влияния на организацию и формулированию рекомендаций.

Проведенные исследования позволяют предложить следующую процедуру формирования и поддержания сбалансированной системы управления:

- 1) формулирование бизнес-идеи;
- 2) оценка состояния внешней среды и определение миссии организации;
- 3) выбор бизнес-модели организации;
- 4) обоснование типа и построение организационной структуры, соответствующей бизнес-модели организации;
- 5) подбор целевой технологии управления, соответствующей бизнес-модели организации;
- 6) оценка трудового потенциала организации;
- 7) подбор процессорной технологии управления с учетом целевой
- 8) технологии и трудового потенциала организации;
- 9) детализация и регламентация технологии управления;
- 10) разработка системы показателей для оценки адекватности организационной структуры, технологии управления и бизнес-модели организации между собой;
- 10) регулярный мониторинг состояния системы управления и при необходимости принятие корректирующих действий.

Существенное внимание следует уделить оценке трудового потенциала организации, потому что именно от него зависит выбор процессорной технологии управления. Для этого требуется выделить уровни интегрального показателя трудового потенциала организации, соотнести их с вариантами процессорных технологий управления и определить критерии выбора соответствующей технологии управления. Решение этих задач предусматривает подбор адекватных методов оценки трудового потенциала.

Ранее нами рассмотрены традиционные и новые методы оценки трудового потенциала в свете направлений их использования [6]. Представленные результаты убедительно свидетельствуют о том, что наиболее перспективными являются метод индексов ресурсов и метод контрольных вопросов, которые позволяют определить возможности персонала организации в их многообразии, включая про-

ектные и аналитические задачи. Нами проведено усовершенствование и экспериментальное опробование указанных методов оценки трудового потенциала, позволяющее использовать их для проектирования и усовершенствования систем управления.

Представленная оценка соответствия компонентов системы управления получена методом логического анализа, поэтому носит преимущественно качественный характер. Важнейшим направлением последующей методической проработки по использованию рассмотренной концепции моделей организации для построения сбалансированной системы управления должна стать формализованная оценка комплементарности различных подсистем организации и ее трудового потенциала.

Литература

1. Клейнер, Г. Системный подход к экономической политике / Г. Клейнер // *Проблемы теории и практики управления*. – 2007. – № 5. – С. 30–42.
2. Третьякова, Е.П. Структура и технология управления организацией: концептуальный подход / Е.П. Третьякова // *Проблемы теории и практики управления*. – 2008. – № 4. – С. 96–101.
3. Маслов, Д. Применение функциональной модели оценки менеджмента для достижения устойчивых конкурентных преимуществ / Д. Маслов, П. Ватсон, Н. Чилиши // *Менеджмент в России и за рубежом*. – 2007. – № 3. – С. 10–31.
4. Горшкова, Л.А. Анализ организации управления. Аналитический инструментарий / Л.А. Горшкова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 208 с.
5. Третьякова, Е.П. Технологии управления: сущность и оценка результативности / Е.П. Третьякова // *Торгово-экономические проблемы регионального бизнес-пространства: сборник материалов VI Международной научно-практической конференции*. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ. – 2008. – С. 50–53.
6. Третьякова, Е.П. Оценка трудового потенциала организации / Е.П. Третьякова // *Менеджмент в России и за рубежом*. – 2009. – № 1. – С. 96–107.

Поступила в редакцию 21 сентября 2008 г.

Третьякова Елена Петровна. Кандидат технических наук, доцент Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – проектирование и анализ систем управления. Контактный телефон: (8-351) 267-99-95.

Elena Petrovna Tretyakova. Candidate of engineering sciences, associated professor of South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interest: designing and analysis of management systems. Contact phone number: (8 351) 267-99-95.

Предпринимательская деятельность

УДК 339.1
ББК 65.42

ИНТЕГРАЦИЯ КАК ВАЖНЕЙШЕЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ

Т.И. Николаева, В.М. Гаянова

В статье рассматривается сущность интеграции и интеграционных процессов в экономике на основе отечественной и зарубежной практики. Также авторами предложена классификация видов интеграции в экономике. Основное внимание уделено развитию интеграции и ее эффективности в сфере торговли. Авторами выделен современный этап развития интеграции в торговле, выявлены определяющие ее факторы. Показана роль и значение интеграции в развитии экономики и выполнении социальных функций.

Ключевые слова: интеграция, процессы, торговля, эффективность, вид и тип интеграции, интеграция в торговле, формы интеграции.

Развитие международного сообщества в сфере экономических отношений и объединение государств в некую социально-политическую общность сформировали необходимые предпосылки для реализации идей интеграции.

В отечественной и зарубежной экономической литературе существует множество трактовок этого понятия, при этом интеграция определяется либо как форма сотрудничества, либо как экономический процесс, либо как объединение предприятий.

Нам представляется целесообразным рассматривать интеграцию в широком и узком смысле.

В широком смысле понятие «экономическая интеграция» используется для обозначения объединения экономических единиц с целью достижения преимуществ более эффективного экономического развития и реализации задач экономической политики. Базируясь на изученных подходах к определению интеграции, представляется возможным его уточнить и сформулировать авторскую трактовку.

По нашему мнению, *интеграция* – это добровольное объединение двух или более ранее самостоятельных экономических субъектов путем установления между ними различных типов и форм связей, оговоренных посредством заключения гражданско-правовых актов, с целью реализации эффективного совместного сотрудничества во благо каждого из объединяемых субъектов.

В определении «интеграции» в узком смысле как некоего экономического процесса в литературе так же не существует единства взглядов. На основе изучения подходов к трактовке интеграционных процессов и анализа характера их осуществления, нами предложено свое видение экономических интеграционных процессов. Считаем, что *интеграционные процессы* представляют собой целостное образование, включающее в себя участников объединения и связей между ними, которые обуславливаются стратегическими потребностями, прежде всего самих субъектов или предприятий в повышении конкурентоспособности в создании относительно свободной от внешней рыночной конкуренции, с учетом согласования интересов участников для достижения общих стратегических целей [2].

В решении задач устойчивого развития экономики важное место принадлежит интеграции, для этого созданы необходимые предпосылки и условия для ее развития. Результаты научных исследований и практика в Российской Федерации и за рубежом свидетельствуют о том, что интеграция в сфере экономики способствует пропорциональному развитию отраслей, организаций, входящих в них структур, повышению эффективности их деятельности.

Интеграция – сложный экономический феномен. Эта сложность еще раз подчеркивает актуальность и необходимость системного, комплексного подхода к исследованию интеграции, который нами схематически представлен на рис. 1.

Предложенная классификация основана на выделении уровней развития, направлений развития, видов, разновидностей, форм интеграции с позиций единства интеграции в широком и узком смыслах (рис. 2 и табл. 1).

Следует подчеркнуть, что интеграция как состояние системы и интеграция как процесс преобразования системы взаимозависимы. Равным образом их состояние и эффективность экономической системы зависят от ин-

теграционных процессов, так и характер этих процессов, их направленность и интенсивность зависят от уже достигнутого уровня интеграции и ее эффективности на каждом уровне управления [1].

Таким образом, в категориальном аспекте, означающем выделение в исследуемой экономической категории существенных признаков. В авторской трактовке «экономическая интеграция представляет собой совокуп-

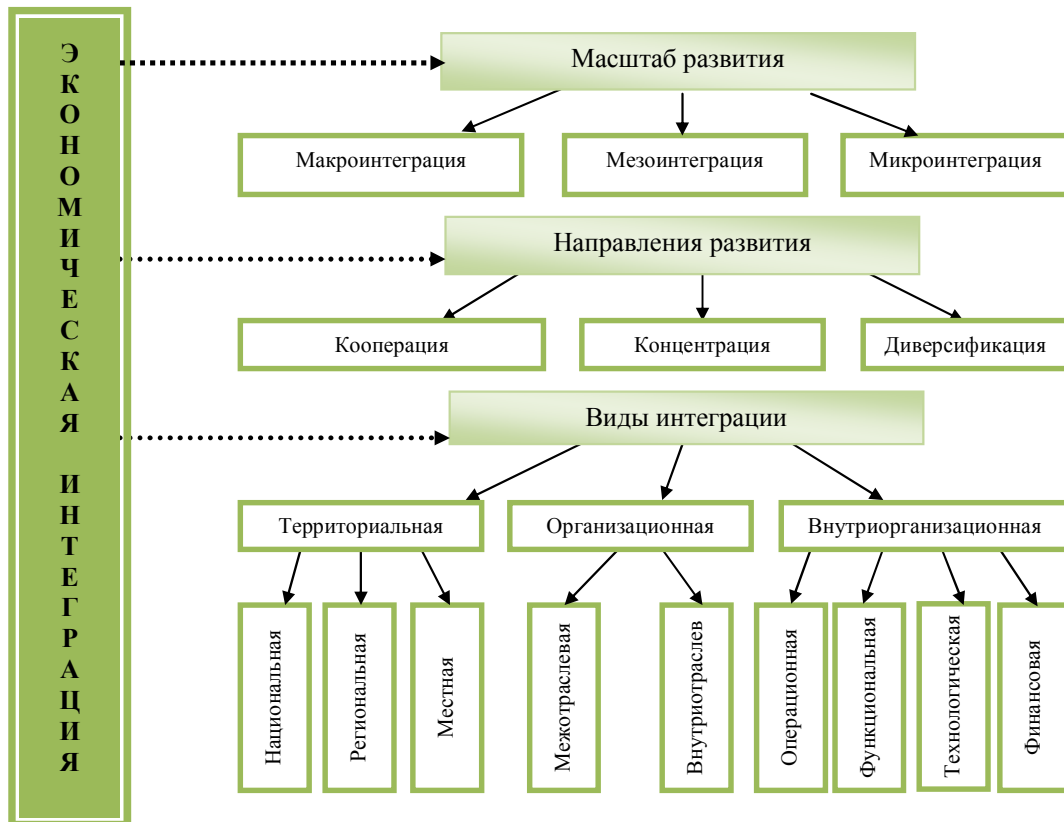


Рис. 1. Классификация видов интеграции в экономике

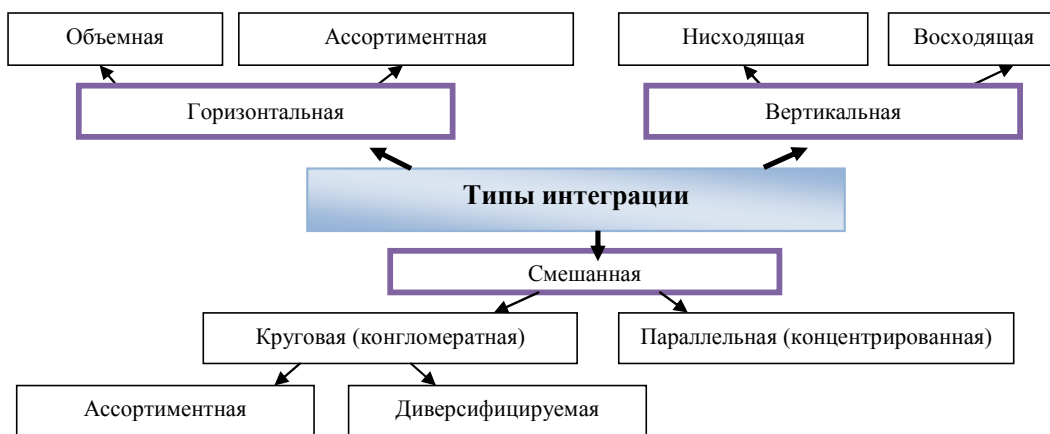


Рис. 2. Типы интеграции в экономической сфере

Классификация интегрированных структур

Классификационный признак	Типы интегрированных структур	Характеристика
По характеру интеграционных процессов	Горизонтальные	Интеграционные группы такого типа объединяют промышленные предприятия, производителей однородной и взаимозаменяемой продукции
	Вертикальные	В состав интегрированной группы входят предприятия, связанные технологией некоторого производства, реализующие технологическую цепочку через увязку производителей с поставщиками или потребителями
	Смешанные	Интегрированные группы характеризуются сочетанием разнопрофильных предприятий, эффективность определяется высокой степенью диверсификации
По территориальному охвату	Региональные	Участники интегрированной группы являются субъектами рынка некоторого региона
	Национальные	Местонахождение участников интегрированной группы – вся страна
	Транснациональные	В состав интегрированной группы входят иностранные участники
По характеру корпоративных отношений	Холдинговое построение	Группа компаний, связанных имущественным контролем со стороны головной организации
	Перекрестные владения	Взаимное владение участниками группы пакетами акций друг друга, недостаточными для контроля одним членом группы других, суммарное же владение участниками акциями одного из них позволяет осуществлять жесткий контроль за его деятельностью
	Договорные альянсы	Построение группы через институт доверительного управления

ность организационно-экономических отношений между хозяйствующими субъектами как элементами, взаимодействующими в составе интегрированной структуры как интегративного целого, по поводу установления повторяющихся устойчивых связей в процессах организации производства, труда и управления, обмена результатами производства с целью гармонизации экономических интересов, достижения синергетического эффекта при совместной деятельности».

Систематизация категорий, характеризующих интеграцию и отражающих ее сущность и разнообразие позволяет сформировать основные системные качества экономической интеграции: устойчивость, нелинейность развития, целостность и структурность.

В итоге исследования теоретических аспектов интеграции нами выделены ее преимущества перед другими способами осуществления экономических процессов:

- интеграция предприятий приводит к формированию долгосрочных партнерских отношений, где ядром структурных изменений служит обновление технологий в организации и управлении, в которое вовлекаются

интеллектуальные и материальные ресурсы из различных источников;

- дает объектам интеграции более широкий доступ к различным ресурсам: финансовым, трудовым, материальным, информационным, к новым технологиям, что способствует более продуктивному их использованию;

- позволяет участникам совместно решать наиболее острые социальные проблемы;

- защищает субъекты интеграции от конкуренции со стороны внешних сторон (сил) путем образования горизонтально интегрированных структур и создания определенных зон, свободных от жесткой конкуренции;

- способствует развитию однородных предприятий в расчете на емкий рынок сообщества.

Торговля как отрасль общественного хозяйства представляет собой такую организацию рынка потребительских товаров, при которой продажа товаров населению становится предметом хозяйственной деятельности специальных торговых предприятий, а регулирование рынка потребительских товаров, определяют функции отрасли в целом [3].

Эффективность торговли в первую очередь зависит от уровня ее организации. Организационные структуры с характерным для отраслей товарного обращения соотношением мелких, средних и крупных предприятий складываются по мере развития конкуренции и научно-технического прогресса. В настоящее время особо значимыми становятся тенденции, связанные с интеграцией обращения товаров, капитала и организационных структур.

Интеграция в торговле является актуальной, поскольку торговля динамично развивается в последние годы, но рост идет как за счет увеличения числа мелких предприятий, так и за счет развития торговых сетей. Теоретический и практический интерес представляют тенденции и перспективы развития торговли в России с точки зрения интеграционных процессов.

При анализе торговли потребительскими товарами выявлено, что в России накоплен богатейший опыт развития интеграционных процессов в этой сфере, выявлена растущая диверсификация форм данного вида деятельности и организаций, ее осуществляющих. В результате общественно-экономических преобразований и развития видов и форм интеграции в торговле появляются новые интегрированные формы, в то время как другие исчезают, меняются формы и качество предоставляемых населению торговых услуг.

Изучение теории интеграции и собственное исследование интеграции в торговле позволяет дать свое определение понятия «интеграция», применительно к торговой отрасли.

Под *интеграцией торговли* понимается сосредоточение все большей массы материальных, трудовых и финансовых ресурсов, объемов

продаж товаров и массы прибыли на крупных предприятиях и в объединениях предприятий отрасли. При этом, крупный торговый капитал различными методами оказывает давление на производителей товаров, мелких и средних торговцев, спрос потребителей, уровень цен на товары и в, конечном счете, ограничивает свободную конкуренцию на рынке.

На современном этапе развития торговля как звено хозяйственного комплекса страны вовлечена в сложное переплетение международных, межтерриториальных, межотраслевых и внутриотраслевых связей. Они находят свое проявление в развитии интеграционных процессов, каждый из которых характеризуется определенным количественно оцениваемым эффектом [5].

Интеграция торговых предприятий в виде торговых объединений представляет собой форму сотрудничества экономически и юридически самостоятельных предприятий в целях повышения надежности обеспечения, более полного удовлетворения спроса на требуемые материальные ресурсы и услуги и повышение эффективности своей деятельности. Схематически все формы интеграционных структур, получившие развитие в торговой отрасли можно представить на рис. 3.

Одним из важнейших показателей концентрации капитала в торговле принято считать увеличение числа торговых предприятий торговли, укрупнение субъектов отрасли и изменение соотношения между субъектами отрасли, различающихся величиной экономического потенциала (табл. 2).

Приведенные данные свидетельствуют, что наибольший удельный вес в общем количестве предприятий розничной торговли со-



Рис. 3. Формы интеграционных торговых структур

Таблица 2

Характеристика концентрации в торговле Российской Федерации

Показатели	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Общее количество предприятий розничной торговли, уд. вес, %	100	100	100	100	100
Дол крупных и средних организаций розничной торговли, (уд. вес) в общей численности, %	17,7	12,0	11,1	7,6	6,4
Уд. вес, малых предприятий розничной торговли, %	82,3	88,0	88,9	92,4	93,6
Темп изменения доли крупных и средних предприятий розничной торговли, %	98,7	67,4	95,5	93,9	78,4
Темп изменения доли малых предприятий розничной торговли, %	106,5	106,0	104,4	142,3	94,2
Темп изменения всех предприятий розничной торговли, %	101,6	99,2	103,3	136,9	93,0
Темп изменения оборота розничной торговли крупных и средних предприятий, %	137,9	142,5	94,0	132,4	115,1
Темп изменения оборота розничной торговли малых предприятий, %	114,8	117,9	172,3	108,0	108,8

ставляют малые предприятия, но по темпам роста оборота их опережают крупные и средние предприятия [4].

Мировой и российский опыт развития интеграции в отраслях и хозяйствующих субъектах свидетельствует об объективной необходимости изучения факторов, воздействующих на интеграционные процессы, и учета их в решении стратегических проблем и задач.

Классификация этих факторов типична и включает внешние и внутриотраслевые факторы. В оценки эффективности интеграции в отрасли приоритет имеют явления мирового характера: глобализация хозяйственной жизни; углубление международного разделения труда; общемировая по своему характеру научно-техническая революция; повышение открытости национальных экономик.

Все эти явления взаимообусловлены и определяют национальную макросреду торговой отрасли и факторы, стимулирующие развитие интеграционных процессов в торговле.

Исследование ретроспективы развития торговли и интеграции в ней позволяет нам в качестве основных групп факторов выделить: экономическую политику государства; рыночную конъюнктуру; социально-экономические условия; научно-технический прогресс; экономико-географические условия функционирования отрасли; торговые факторы.

Общая характеристика и их детализация представлены в табл. 3.

Необходимо отметить основополагающее влияние государственного воздействия на

эффективность интеграционных процессов в торговле.

Фрагментарность и бессистемность принятия стратегических решений препятствует выработке перспективной торговой политики государства, определению ее социально-экономических приоритетов и путей достижения никем не отрицаемой главной цели – повышения уровня жизни. Совместить текущие и долговременные интересы производителей товаров и услуг, представляющих ценность для их потребителей, к тому же в динамике развития – это и есть задача политики.

При формировании торговой политики необходимо более полно учитывать серьезные изменения, произошедшие и происходящие в структуре мировой и внутренней торговли, в структуре мирового и внутреннего рынков. Определяющее влияние на это оказали мировые и национальные интеграционные процессы, вследствие чего структура современной экономики торговли приобрела новое качество, появились новые критерии и параметры оценки ее эффективности. Прогрессивные тенденции в изменении структуры и в повышении эффективности каждой отрасли экономики неразрывно связаны с интенсивностью и качеством государственного регулирования торговли.

Положительные тенденции к стабилизации и экономическому росту не являются устойчивыми в большинстве секторов российской экономики, в том числе таком важном как торговля.

Таблица 3

Факторы, влияющие на эффективность интеграции в торговой отрасли

Факторы	Характеристика
Экономическая политика государства	Государственное регулирование торговли и поддержка предпринимательства
	Правовая и антимонопольная политика
	Внешнеэкономическая политика
	Протекционизм, регулирование отрасли, торговые барьеры, налоговые режимы
Рыночная конъюнктура	Уровень конкуренции в отрасли, характеристика основных субъектов
	Конкуренция в смежных отраслях, рыночная сила поставщиков и покупателей
	Колебания спроса и цен на продукцию, товары, услуги
	Неопределенность структурных условий национальных и территориальных рынков
	Наличие товаров – заменителей и изменчивость предпочтений покупателей
Социально-экономические условия	Уровень платежеспособного спроса и его дифференциация по территориям и группам населения
	Уровень образования населения и наличие квалифицированных трудовых ресурсов
	Средний уровень оплаты труда и формы оплаты
	Покупательская способность населения
Научно-технический прогресс	Уровень развития технологии производства потребительских товаров и торгового обслуживания
	Активность в сфере изобретений, инноваций, затрагивающих торговлю
Экономико-географические факторы	Наличие в достаточном количестве природных факторов торгово-производственной деятельности
	Климатические условия, воздействующие на предпринимательскую активность
	Удаленность от основных поставщиков товаров и рынков сбыта продукции потребительского и торгово-технологического назначения
	Уровень развития транспортной и энергетической инфраструктуры
Торговые факторы	Инфраструктура торговли потребительскими товарами (состав, численность участников и предприятий отрасли)
	Организационная структура отрасли (оптовая торговля, розничная торговля, общественное питание)
	Степень внедрения НТП и НТР в торговлю
	Экономическая эффективность отрасли (рост товарооборота, увеличение рентабельности торговли, снижения издержек обращения)

Выше названные особенности торговли последовательно проявлялись в 2003–2007 гг., однако с середины 2008 г. мировой финансовый кризис оказал воздействие и на экономику России, что снизит динамику развития одних из них и кардинально изменит другие.

Прогнозируя макроситуацию (с учетом опыта кризиса 1998 г.), можно предположить ухудшение общехозяйственной и рыночной конъюнктуры в 2009–2010 гг.

Снижение объемов производства, рост безработицы, уменьшение покупательской способности населения неизбежно скажется на ситуации в торговой отрасли.

Востребованный покупателями ассортимент товаров и услуг и размер потребительской корзины будут сужаться.

Доля продуктов питания в условиях уменьшения потребительского спроса существенно возрастет, что отразится на структуре товарооборота, а темпы его развития значительно снизятся.

Одним из важнейших мотивов предпочтения товаров у торговых организаций, предлагающих их покупателям, станет цена.

Темпы развития сетевой торговли снизятся, а внутри ее уже происходят и будут значительными до конца 2009 г. процессы слияния и поглощения, с одной стороны, и банкротств – с другой.

По мнению российских аналитиков, первые ростки оздоровления произойдут не ранее 2010 г., а когда этот кризис пройдет, розничная торговля получит дальнейший импульс развития и сформировавшиеся до 2009 г. тенденции вновь проявятся в полной мере.

Трансформация потенциала торговых организаций способствует на определенном этапе концентрации ресурсов и технологических возможностей, на другом этапе диверсификации деятельности, что при соблюдении ряда условий может приводить к положительной динамике развития торговых организаций.

Предпринимательская деятельность

Выявление этих условий представляется важной задачей.

В качестве одной из актуальных на сегодняшний день, можно выделить проблему использования интеграционных процессов в целях повышения эффективности и развития. Интеграция позволяет торговым организациям аккумулировать ресурсы, достигать намеченных целей с наименьшими затратами. Как показывает практика, интеграция чаще всего дает позитивные экономические результаты, приводит к возникновению положительных синергетических эффектов. Интеграция в торговле на любом этапе ее развития может осуществляться экстенсивным или/и интенсивным образом. Централизованные и децентрализованные объединения, торговые сети и потребительские кооперативы, пулы и торгово-финансовые группы, аутсорсинг, франчайзинг – все это, а также другие формы интеграции имеют много отличий, по-разному влияют на итоговую эффективность. Выбор и последующее применение той или иной формы определяется торговой организацией с учетом имеющегося потенциала, условий

внутренней и внешней среды. Идентификация видов интеграции, оценка их влияния на результаты хозяйственной деятельности и процессы развития торговых организаций является одной из актуальных и значимых проблем.

Литература

1. Веснин, В.Р. *Стратегический менеджмент: учеб. пособие* / В.Р. Веснин. – М.: МГИУ, 2007.
2. Геске, М.А. *Оценка эффективности и неэффективности слияний и поглощений* / М.А. Геске // *Менеджмент в России и за рубежом*. – 2004. – № 6.
3. Иванов, Ю.В. *Слияния, поглощения и разделение компаний: стратегия и тактика трансформации бизнеса* / Ю.В. Иванов. – М.: Альпина Паблишер, 2001.
4. Маршак, А. *Эффективные слияния и поглощения. Слияние и поглощение для повышения прибыльности бизнеса* / А. Маршак // *Банкротство: теория и практика*. – 2005. – №2. – <http://www.bkg.ru>.
5. Ньюмен, Э. *Розничная торговля: организация и управление* / Э. Ньюмен, П. Кален; пер. с англ. под ред. Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2005.

Поступила в редакцию 18 декабря 2008 г.

Николаева Тамара Ивановна. Доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики и управления в торговле и общественном питании Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург. Область научных интересов – торговля, общественное питание.

Nikolaeva Tamara Ivanovna. Doctor of Economics, professor, Head of the Economy and Management in Trade and Public Catering department of Ural State Economic University, Ekaterinburg. Scientific interests: trade, public catering.

Гаянова Венера Медетовна. Ассистент кафедры экономики и управления в торговле и общественном питании Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург. Область научных интересов – торговля, общественное питание. Контактный телефон: 8-9126429777. E-mail: wenera1983@rambler.ru

Gayanova Venera Medetovna. Assistant of the Economy and Management in Trade and Public Catering department of Ural State Economic University, Ekaterinburg. Scientific interests: trade, public catering. Contact phone: 8-9126429777. E-mail: wenera1983@rambler.ru

Маркетинг

УДК 338.45(07)
ББК 65.293/65.321.9

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ СЕРВИСНОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ТОВАРОВ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ

О.Е. Васильева, Л.А. Паклина

Статья посвящена проблемам развития ИПИ-технологий в России. Авторами рассмотрены факторы, показывающие необходимость внедрения на отечественных предприятиях программных технологий сервисного сопровождения технически сложной продукции. В статье авторы подробно описали преимущества, обеспечиваемые применением информационной поддержки оборудования на протяжении всего срока его жизни на рынке.

Ключевые слова: информация, сервис, сервисное сопровождение, ИПИ-технологии.

Рассматривая проблему повышения конкурентоспособности российских предприятий, выпускающих товары производственно-технического назначения (ТПТН), следует обратить особое внимание на их пожизненное сервисное сопровождение (обслуживание). Обеспечение устойчивости производства и минимизации экономических убытков при возникновении аварийных остановок становится все более и более актуальным при выборе техники.

Предприятия машиностроения сейчас активно вкладывают ресурсы в инструменты и решения, которые позволят им эффективно развиваться. Происходит техническое перевооружение, внедряются научно-технические инновации. Поэтому растет и интерес к использованию информационных технологий управления, предназначенных для автоматизации как базовых учетно-управленческих задач, так и специфичных, отраслевых процессов. Их применение позволяет значительно повысить эффективность производственного планирования, снизить себестоимость продукции и обеспечить полный контроль над затратами, сократить сроки вывода на рынок новых видов продукции, видеть полную картину деятельности предприятия.

В настоящее время наметился переход от технологий, основанных на интенсивном индивидуальном труде по созданию изделий, удовлетворяющих специфическим требованиям одного конкретного применения, к технологиям, основанным на планируемых капиталовложениях в разработку повторно используемых элементов. Сложность и интеллектуальность современного

оборудования требует сквозную его поддержку на протяжении всего жизненного цикла. В России такая система получила название «Информационная поддержка жизненного цикла изделия» или ИПИ-технология.

ИПИ – это концепция, объединяющая принципы и технологии информационной поддержки товара на протяжении срока его жизни на рынке. Система основана на использовании единого информационного пространства, которое обеспечивает унифицированные способы управления сервисными процессами и взаимодействие всех участников этого процесса: потребителей, предприятия-производителя и эксплуатационно-ремонтного персонала. Реализация ИПИ-технологий происходит в соответствии с требованиями системы международных стандартов, регламентирующих взаимодействие участников процесса посредством электронного обмена. Для российских предприятий проблема эффективного использования ИПИ-технологий как средства кардинального повышения качества и конкурентоспособности технически сложной продукции исключительно актуальна. Для многих предприятий применение этих технологий в значительной мере определяет способность выживания в условиях обостряющейся конкурентной борьбы с зарубежными фирмами на внутреннем рынке. Для предприятий-экспортеров применение ИПИ-технологий – обязательное условие сохранения и расширения сектора продаж продукции на внешнем рынке.

Основу взаимодействия ИПИ-технологий составляет интегрированная информационная

логистическая среда. В ней реализуется главное правило: информация, однажды возникшая на каком-либо этапе ЖЦИ или элементе интегрированной цепочки, сохраняется и становится доступной всем участникам в соответствии с имеющимися у них правами (уровнями) доступа к информации. Это позволяет избежать дублирования, перекодировки, несанкционированного изменения данных, избежать ошибок и неточностей.

Применение ИПИ-технологий становится возможным при выполнении следующих условий:

- наличие современной инфраструктуры электронной передачи данных;
- введение понятия «электронный документ» как объект деятельности по производству и поставке продукции;
- электронно-цифровая подпись и защита информации;
- реформирование бизнес-процессов;
- создание системы национальных стандартов, согласованных с международными стандартами и рекомендациями.

Система сервисного обслуживания основана на разделении уровней обязанностей и ответственности в зависимости от типа услуги и ее сложности. Она представляет собой достаточно мощный аналитический модуль, который позволяет потребителю заранее (на основе прогноза уровня спроса на готовую продукцию и информации о загруженности производственных мощностей) определять фактические потребности – что и в каких объемах следует закупать для обеспечения производственного процесса.

Информационное сопровождение ТПТН не ограничивается возможностью применения только ИПИ-технологий. Аналитической базой для прогнозирования потребностей в материалах и комплектующих и для определения эффективности используемых при сервисном обслуживании ресурсов является Microsoft Navision.

Система Microsoft Navision позволяет хранить сведения и о состоянии складских запасов, и о клиентской базе компании, и о персонале. Это избавляет от необходимости разрабатывать средства интеграции решения с другими системами предприятия.

Microsoft Navision предоставляет всю комплексную информацию, позволяет оценить потенциал каждого потребителя и сконцентрироваться именно на тех, кто будет приносить прибыль не только сегодня, но и в бу-

дущем. Существующие модули позволяют предоставить всю ключевую информацию о потребителе, оценить потенциал каждого потребителя, сконцентрироваться на наиболее прибыльных потребителях на текущий период, и принимать оптимальные управленческие решения на будущее.

Основными преимуществами использования Microsoft Navision в деятельности предприятия являются следующие.

1. Качество и своевременность сервисного обслуживания. Благодаря оперативному контролю за поступающими сервисными заказами, определяется приоритетность задач и обеспечивается выполнение обслуживания в установленные сроки. Способность прогнозирования потребности в материалах и комплектующих минимизирует вероятность их нехватки для выполнения обслуживания.

2. Минимизация издержек. Если производитель и потребители географически удалены друг от друга, то система позволяет выбирать для обслуживания ресурсы таким образом, чтобы минимизировать издержки на их перемещение.

3. Эффективный подбор ресурсов. В системе доступны отчеты, позволяющие выяснить, какой опыт имеется в ремонте данного ТПТН, насколько успешными были предыдущие ремонты (на пример, сколько раз отремонтированные им изделия снова возвращались в ремонт) и какие затраты были сделаны по сравнению со средними затратами на ремонт данных товаров. Это позволяет производителю оценивать качество работы своего персонала.

4. Учет особенностей взаимоотношений с потребителями. Благодаря функциональности сервисных контрактов можно учитывать особенности взаимоотношений с предприятиями-потребителями ТПТН и автоматически рассчитывать цены на оказываемые им услуги.

Для поддержки сервисного сопровождения сервисных товаров (т. е. товаров, реализуемых потребителю, подлежащих сервисному обслуживанию как в гарантийный, так и в постгарантийный период) система Microsoft Navision содержит в себе следующие основные отчеты.

1. Оценка вероятности выхода товаров из строя. Показывает, с какой вероятностью товар или группа товаров выходят из строя по прошествии определенного времени после изготовления. На основании этих данных, а также данных о количестве товаров, находящихся у потребителя, можно спрогнозировать

вать, какое количество товаров будет передано для ремонта и сколько ресурсов для этого потребуется.

2. Прогноз потребности в материалах для сервисного обслуживания. Определяет прогнозное количество различных материалов и комплектующих, которые могут понадобиться для сервисного обслуживания.

3. Оценка надежности компонентов ТПТН. Показывает сколько раз тот или иной компонент являлся причиной выхода из строя товаров (т. е. сколько раз происходила его замена в ходе сервисного обслуживания).

4. Расчет себестоимости и рентабельности сервисного ремонта. Для определения рентабельности продаж в себестоимости товара нужно также учитывать возможные затраты на его гарантийный ремонт. Это позволит получить более точную картину о том, какие товары наиболее выгодно продавать. Затраты на гарантийный ремонт можно оценить как среднюю стоимость сервисного ремонта, умноженную на вероятность того, что товар выйдет из строя в течение гарантийного срока. Все эти показатели могут быть вычислены по данным о прошлых продажах и сервисном обслуживании данной группы товаров, хранящихся в системе Microsoft Navision. На основе этих данных можно получить отчет, оценивающий рентабельность товаров с учетом возможных затрат на сервисное обслуживание.

5. Подбор ресурсов для сервисного обслуживания. Одним из важнейших факторов, влияющих на эффективность сервисного обслуживания, является правильный подбор персонала для выполнения ремонта с учетом как загрузки сотрудников, так и их навыков.

В Microsoft Navision оценка применимости навыков обслуживающего персонала выполняется путем сопоставления кодов квалификации, назначенных трудовому ресурсу, с кодами квалификации, необходимыми для ремонта товара. Этот подход прост в использовании, но в нем есть элемент субъективности, так как коды квалификации назначаются самими пользователями и могут не совсем точно отражать реальную эффективность работы сотрудника (кроме того, пользователь может просто забыть назначить сотруднику новый код квалификации после того, как он, например, успешно прошел аттестацию). С другой стороны, этот подход игнорирует объективную информацию о предыдущем опыте работы сотрудника. В частности, важно знать, сколько раз сотрудник ремонтировал анало-

гичные товары и какие были затраты времени и материалов при этом ремонте. Кроме того, можно также узнать, сдавался ли этот товар еще раз в ремонт после сервисного обслуживания (это достигается благодаря тому, что ведется индивидуальный учет каждой единицы сервисного товара).

Фирменный сервис ТПТН (т. е. сервисного оборудования) с использованием Microsoft Navision предполагает:

- возможность регистрации сервисного оборудования при его продаже потребителям;
- возможность группировки оборудования по нескольким уровням (базовому оборудованию и группам сервисного оборудования);
- регистрация идентификационных признаков ТПТН (серийных номеров, владельцев), списков компонентов, а также информации о гарантии;
- хранение истории предыдущего сервисного обслуживания, а также количества замен данного оборудования;
- возможность расчета рентабельности продаж оборудования с учетом затрат на сервисное обслуживание.

Если предприятие-производитель ТПТН помимо производства и сервисного сопровождения собственной продукции занимается сервисным обслуживанием ТПТН других производителей, то система Microsoft Navision предоставляет следующие возможности в отношении сервисных заказов на обслуживание ТПТН:

- возможность регистрации сервисных заказов при их поступлении на сервисное обслуживание;
- контроль за задачами, которые должны быть выполнены при обслуживании, а также контроль за ходом выполнения обслуживания;
- учет затрат материалов и комплектующих на обслуживание, а также замен ремонтируемого оборудования;
- учет предоставления потребителям на время проведения ремонта в аренду аналогичного оборудования.

Существуют три основных способа сервисного обслуживания ТПТН.

Во-первых, это эксплуатация техники собственными силами. Преимуществами такого подхода являются: оперативность взаимодействия, знание нюансов производства и т. д. Но такой сервис доступен не всем предприятиям, так как чтобы организовать отдельное структурное подразделение, занимающееся исключительно обслуживанием оборудования, необходимо сделать значи-

тельные первоначальные вложения, поддерживать штат квалифицированных специалистов разных специальностей и иметь хорошо организованное складское хозяйство. Для большинства производств такие расходы являются нерациональными. Исключением являются крупные предприятия, имеющие на балансе большое количество сложной техники. Они создают собственные ремонтно-эксплуатационные базы или специализированные мобильные подразделения для оперативного контроля и обслуживания оборудования. Для такого способа возможно применение внутрифирменной системы ИПИ, которая бы обеспечивала постоянный интерактивный контроль за параметрами оборудования.

Во-вторых, организация разовых сервисных работ подрядными организациями. Такие предприятия имеют постоянный штат квалифицированных специалистов и ремонтную базу. Недостатком такого способа является отсутствие системного подхода и потеря преимуществ ИПИ, поскольку у «разового» специалиста нет возможности судить, анализировать и контролировать события в динамике.

В-третьих, фирменное сервисное гарантийное и постгарантийное обслуживание. Взаимоотношения потребителя со специализированными сервисами завязываются уже при покупке нового оборудования, при начале эксплуатации в рамках гарантийного срока. Фирменный сервис наиболее сильно подчеркивает преимущества ИПИ-технологий, поскольку техника находится под пристальным вниманием специалистов непосредственно от сборочного конвейера до места работы. Дополнительным преимуществом сервисов является возможность оперативной работы с предприятием-производителем, более дешевые фирменные запчасти и принадлежности и высокая квалификация персонала именно в области эксплуатации данной техники.

Современное оборудование позволяет создать интерактивную систему управления, не требующую специальных диспетчерских подразделений. В этом случае, высокоавтоматизированная система находится на постоянной связи с инженером-эксплуатационником, позволяя ему отслеживать работу в режиме «онлайн» и при необходимости сообщать о вероятных сбоях через сеть Интернет или мобильный телефон. Это в значительной степени облегчает обслуживание и контроль систем.

Роль ИПИ-технологий при решении стратегических задач управления развитием предприятия сводится к следующему:

- получение преимуществ над конкурентами;
- повышение качества изготавливаемой продукции;
- сокращение времени выпуска нового изделия;
- развитие собственной библиотеки функциональных деловых процессов;
- обеспечение возможности многократного использования созданной информации и т. д.

Эффективность использования подобного рода программных продуктов сводится к следующему. Во-первых, происходит прямое сокращение затрат на стадии проектирования и конструирования новых ТПТН. Во-вторых, сокращается продолжительность этапа выхода техники на рынок. В-третьих, в процессе производства оборудования происходит значительное уменьшение брака и сокращение количества вносимых конструктивных изменений. В-четвертых, сокращается время и, следовательно, затраты на подготовку и разработку технической и эксплуатационной документации по ТПТН. В-пятых, значительно сокращается трудоемкость разработки ТПТН.

Целью применения программных технологий в рамках интегрированной логистической поддержки ТПТН является повышение эффективности всех участников цепочки за счет сокращения времени от разработки продукции до эксплуатации, снижение издержек и повышение уровня сервисного обслуживания, повышение качества и производительности транспортно-распределительных процессов.

Возможность использования программных продуктов сервисного сопровождения ТПТН связана со следующими условиями:

- наличие специалистов, которые должны уметь разрабатывать системы информационной поддержки изделия на всех этапах его жизненного цикла;
- наличие специалистов, которые будут заниматься внедрением технологий на каждом высокотехнологичном предприятии;
- каждый инженер или высококвалифицированный рабочий должен стать пользователем системы информационной поддержки изделия и применять ее в своей непосредственной деятельности.

Сложность разработки, внедрения и применения ИПИ-технологий определяют повышенные требования к специалистам в этой области. Необходимы знания по информационным дисциплинам, прикладному программированию, инженерно-конструкторской под-

готовке, компьютерному менеджменту качества, организации производства, логистике. Задачи системы обучения и аттестации специалистов следующие:

- подготовка квалифицированных кадров преподавателей и консультантов для образовательных структур, специализирующихся на подготовке, профессиональной переподготовке и повышении квалификации специалистов для различных отраслей;

- повышение квалификации работников федеральных и региональных органов исполнительной власти, отвечающих за организацию и обеспечение условий развития информационной поддержки сервисного сопровождения;

- разработка нормативного, учебного и учебно-методического обеспечения для реализации подобного образования на всех уровнях;

- создание межрегиональной сети центров программных технологий сервиса, как совокупность государственных, муниципальных и негосударственных образовательных учреждений, все участники которой должны быть объединены в рамках единого информационного пространства, для организации совместной подготовки, переподготовки и аттестации кадров.

Таким образом, предприятие-производитель, продавая самую современную технику, не обеспеченную должной информационно-технической поддержкой сервисного сопровождения, будет далеко от успеха. Поэтому сегодня важно иметь хорошо налаженную, качественную сервисную службу, обеспеченную информационно-поддерживающими технологиями.

Литература

1. Проблемы внедрения информационных технологий на производственных предприятиях / А.В. Воронцов, В.Д. Костюков, А.И. Островерх, С.А. Лобова // Информационные технологии в проектировании и производстве: научно-технический журнал. – 2006. – № 1. – С. 56–63.

2. Сидорук, Р.М. Подготовка специалистов по ИПИ-технологиям – процесс формирования единой информационной среды предприятия / Р.М. Сидорук, А.А. Титов // Качество и ИПИ (CALS)-технологии. – 2004. – № 1(1). – С. 49–50.

3. Создание системы информационной поддержки жизненного цикла изделий на основе ИПИ-технологий / А.Ф. Стрекалов, А.Ф. Колчин, М.В. Овсянников, Л.М. Червяков // Технол. машиностр. – 2005. – № 11(41). – С. 70–72.

4. Средства информационной поддержки жизненного цикла продукции. Безопасность информации. Основные положения и общие требования по ГОСТ Р 52611-2006 // Справочник. Инж. журн. – 2007. – № 7(124).

5. Стариков, А.А. Информационные технологии на службе машиностроительного предприятия: монография / А.А. Стариков. – М.: ИД «Граница», 2005. – 144 с.

6. Ступени внедрения ИПИ-технологий / А. Рындин, Л. Рябенский, А. Тучков, И. Фертман // САПР и графика. – 2006. – № 4. – С. 6–9.

7. Сутормин, А. Информационная свита / А. Сутормин, А. Зуб // Изобретатель и рационализатор. – 2006. – № 9. – С. 14–16.

8. Тихонов, А.Н. Проблемы применения ИПИ-технологий для повышения качества и конкурентоспособности наукоемкой продукции / А.Н. Тихонов, В.В. Барабанов // Качество и ИПИ (CALS)-технологии. – 2004. – № 2(2).

Поступила в редакцию 11 января 2009 г.

Васильева Ольга Евгеньевна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и маркетинга Курганского государственного университета, г. Курган. Область научных интересов – сервисное обслуживание промышленной продукции, стратегическое планирование. Контактный телефон: (8-3522) 42-15-03.

Olga Evgenjevna Vasilyeva. Candidate of economic science, associate professor of the Economy and Marketing department of Kurgan State University, Kurgan, Russia. Scientific interests: service of industrial production, strategic planning. Contact phone (8-3522) 42-15-03.

Паклина Людмила Александровна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и маркетинга Курганского государственного университета, г. Курган. Область научных интересов – сервисное обслуживание промышленной продукции, ценообразование. Контактный телефон: (8-3522) 42-15-03.

Lyudmila Alexandrovna Paklina. Candidate of economic science, associate professor of the Economy and Marketing department of Kurgan State University, Kurgan, Russia. Scientific interests: service of industrial production, price formation. Contact phone (8-3522) 42-15-03.

Управление качеством товаров и услуг

УДК 664
ББК Х625

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ В ОБЛАСТИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ВОПРОСА

И.Ю. Потороко, Н.В. Попова

Статья рассказывает о проблемах обеспечения качества и безопасности пищевой продукции и о негативных тенденциях последнего времени в сфере питания населения. В статье дана характеристика основных направлений деятельности государства и приведены данные анализа «Норм физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации», утвержденных 18 декабря 2008 года в сопоставлении с Нормами 1991 года, выявившими возникшую заинтересованность государства в оптимизации новейших фундаментальных и прикладных исследований в области науки о питании и корректировке нормативных значений.

Ключевые слова: обеспечение качества, безопасность пищевых продуктов, продовольственная безопасность.

В настоящее время существуют различные направления в развитии потребительского товарного рынка, однако приоритетным является обеспечение качества и безопасности товаров. Питание и безопасность пищевых продуктов оказывают самое непосредственное влияние на общественное здоровье и имеют большое значение для каждого человека. Доступ к безопасному и здоровому многообразию пищевых продуктов является одним из основных прав человека (Всемирная декларация по питанию (1992 г.), Международная конференция ФАО/ВОЗ по питанию, Рим).

Важным аспектом при изучении данного вопроса является терминологическое разграничение понятий. По определению Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ):

Безопасность пищевых продуктов – гарантия того, что пищевые продукты не нанесут вреда потребителю при условии их приготовления и/или потребления в соответствии с назначением.

Продовольственная безопасность включает ряд условий:

- все люди в любое время имеют доступ как с физической, так и с экономической точек зрения к достаточному количеству пищевых продуктов, необходимому для поддержания активной и здоровой жизни;

- способы, с помощью которых пищевые продукты производятся и распределяются, основаны на принципе уважительного отношения к естественным процессам земли и поэтому являются устойчивыми;

- способы потребления и производства пищевых продуктов базируются на социальных ценностях, характеризующихся понятиями справедливости и равноправия и проникнутых духом высокой морали и этики;

- обеспечение способности людей приобретать пищевые продукты;

- сами пищевые продукты являются достаточно питательными и приемлемыми как с индивидуальной, так и с культурной точек зрения;

- способы получения пищевых продуктов помогают поддерживать человеческое достоинство [1].

Озабоченность по поводу безопасности и контроля качества пищевых продуктов возникла как следствие целого ряда факторов – роста числа случаев пищевых токсикоинфекций, возникновения новых, серьезных и опасных факторов в пищевой цепи, глобализации торговли продовольственными товарами, демографических изменений и роста численности уязвимых групп, новых возможностей химического загрязнения и необходимости

иметь методики оценки риска, подходящие для новой технологии.

Все это привело к усилению требований к использованию методов оценки микробиологического и химического риска, интегрированию политики в области безопасности пищевых продуктов и области производства продуктов питания с целью выработки комплексных подходов к борьбе с опасными факторами, передаваемыми с пищей, на основе анализа риска по всей цепочке «от фермы до стола потребителя».

Системы контроля качества пищевых продуктов не могут обеспечить полное отсутствие риска в пищевых продуктах, поступающих к потребителю, так как нулевой риск невозможен. Однако можно добиваться улучшений, углубляя научные знания, совершенствуя технологии и меры предосторожности, что согласуется со стандартами серии ИСО 9000 (рис. 1).

В области продовольствия и питания необходимо решать задачи по трем, зачастую совпадающим, направлениям, а именно: питание, безопасность пищевых продуктов и стабильное продовольственное снабжение. В первом плане действий ВОЗ по политике в области продовольствия и питания содержится призыв к осуществлению взаимосвязанных стратегий по всем трем направлениям, а комплексная политика в данной области это надежная защита от внешних факторов.

План действий в области пищевых продуктов и питания для Европейского региона ВОЗ на 2007–2012 гг. предусматривает ряд направлений, работа в которых должна минимизировать проблемы:

Направление 1. Содействие здоровому началу жизни.

Направление 2. Обеспечение устойчивого снабжения безопасными и здоровыми продуктами.

Направление 3. Просвещение потребителей и предоставление им исчерпывающей информации.

Направление 4. Комплексное воздействие на смежные детерминанты.

Направление 5. Усиление роли сектора здравоохранения в улучшении качества питания и безопасности пищевых продуктов.

Направление 6. Мониторинг, оценка и исследование.

Органами по безопасности пищевых продуктов всего мира признается, что вопросы безопасности пищевых продуктов должны

решаться не только на национальном уровне, но также путем укрепления связей между национальными органами по безопасности пищевых продуктов на международном уровне. Проблемы безопасности пищевых продуктов, вскрытые и решаемые в одной стране, часто представляют интерес для других стран, и благодаря обмену опытом вопросы безопасности пищевых продуктов могут решаться более эффективно и действенно [2].

В этой связи Всемирной организацией здравоохранения в сотрудничестве с Продовольственной и сельскохозяйственной организацией Объединенных наций (ФАО) была создана международная сеть органов по безопасности пищевых продуктов – ИНФОСАН (рис. 2).

Государственная политика Российской Федерации в области продовольственной безопасности и безопасности пищевых продуктов ориентирована на обеспечение комплекса мероприятий, направленных на создание условий, обеспечивающих удовлетворение потребностей различных групп населения в рациональном здоровом питании с учетом их традиций, привычек и экономического положения, в соответствии с требованиями медицинской науки, что согласуется с направлениями, определенными Всемирной организацией здравоохранения.

Вместе с тем в последнее десятилетие состояние здоровья населения характеризуется негативными тенденциями. Продолжительность жизни населения в России значительно меньше, чем в большинстве развитых стран и странах СНГ. По данным ВОЗ, предполагаемая при рождении продолжительность жизни мужчин составляет 60 лет, женщин – 73 года, в то время как предполагаемая при рождении продолжительность здоровой жизни для мужчин 53 года, а для женщин – 64 года. Вероятность смерти в возрасте от 15 до 60 лет у мужчин составляет 43,2 %, а у женщин 15,8 %.

У большей части населения России выявлены нарушения полноценного питания, обусловленные недостаточным потреблением пищевых веществ, в первую очередь витаминов, макро- и микроэлементов (кальция, йода, железа, селена и др.), полноценных белков, так и нерациональным их соотношением. Увеличение сердечно-сосудистых и онкологических заболеваний в определенной степени связано с питанием.

Стратегической целью продовольственной безопасности Российской Федерации

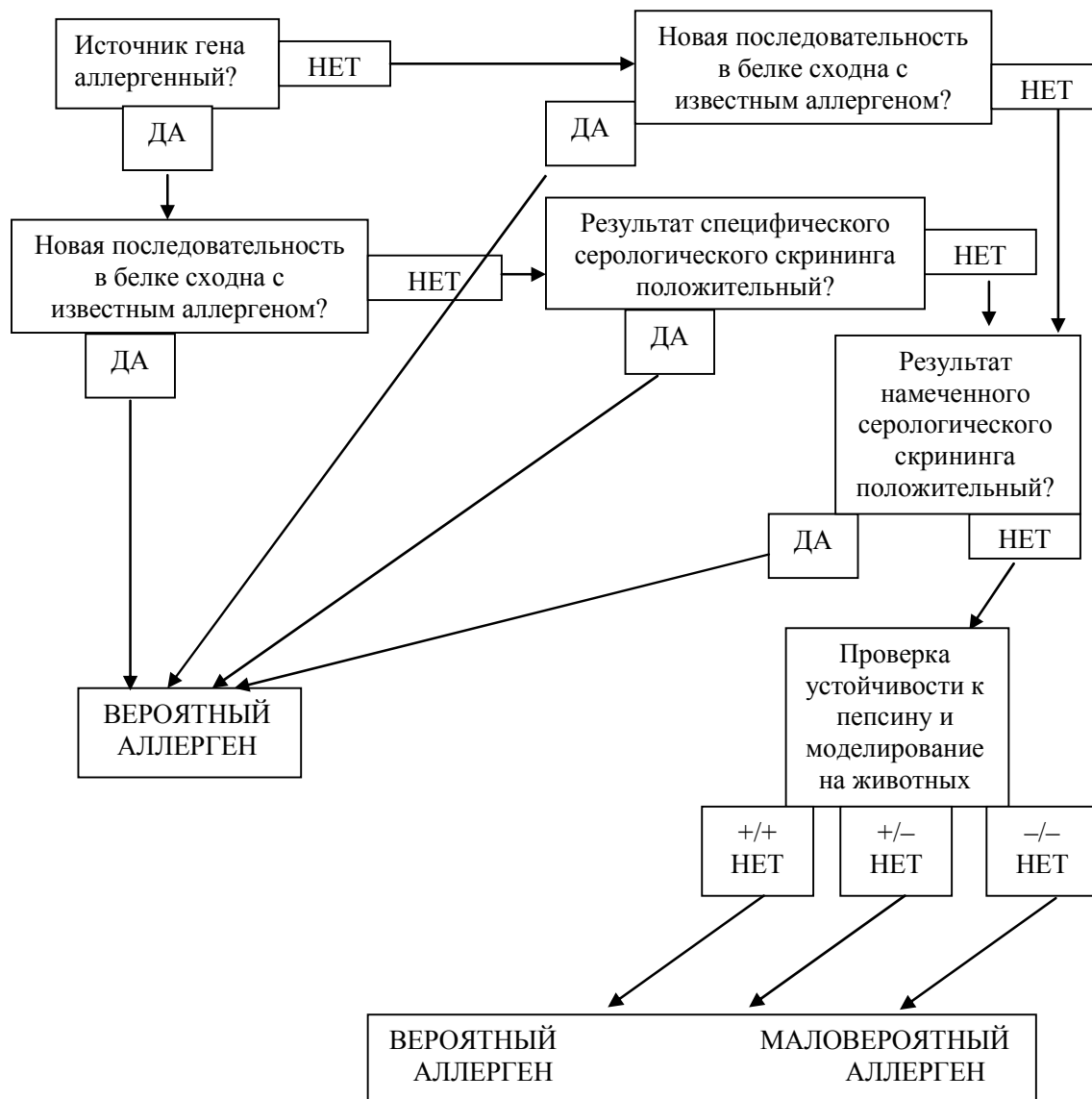


Рис. 1. Дерево решений для оценки аллергенного потенциала пищевых продуктов, полученных методами биотехнологий (источник: Evaluation of allergenicity of genetically modified foods)

является надежное обеспечение населения страны **безопасной и качественной** продукцией, сырьем и продовольствием. Гарантией ее достижения является стабильность внутреннего производства, а также наличие необходимых резервов и запасов.

Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации представляет собой совокупность официальных взглядов на цели, задачи, основные направления государственной политики по обеспечению продовольственной безопасности страны

Для оценки степени достижения обеспечения продовольственной безопасности используется следующий критерий – удельный вес отечественной сельскохозяйственной и

рыбной продукции, сырья и продовольствия в общем объеме товарных ресурсов внутреннего рынка, %:

- по зерну – не менее 95;
- по сахару – не менее 80;
- по растительному маслу – не менее 80;
- по мясу и мясopодуктам (в пересчете на мясо) – не менее 85,
- по молоку и молокопродуктам (в пересчете на молоко) – не менее 90;
- по рыбе и рыбопродуктам – не менее 80;
- по картофелю – не менее 95;
- по соли пищевой – не менее 85.

Последствия экономического кризиса сказались на работе предприятий пищевой промышленности по всей стране и привели к сни-



Рис. 2. Структура сети ИНФОСАН

жению темпов промышленного производства. Так, по сравнению с январем 2008 года уменьшилось производство колбасных изделий на 5,9 %, мясных консервов – на 4,3 %, цельномолочной продукции – на 0,2 %, масла животного – на 7,8 %, сухого цельного молока – на 54 %, молочных консервов – на 13,2 %, кондитерских изделий – на 11,5 %, маргариновой продукции – на 16,7 %, плодоовощных.

Вопросы безопасности пищевых продуктов необходимо рассматривать как многоаспектную проблему. Большая протяженность страны и высокая разнородность климатического и экологического состояния предопределяет большое количество факторов, оказывающих влияние на качество и безопасность сырья и продуктов питания.

Организационная структура системы социально-гигиенического мониторинга отражена на рис. 3 и четко отражает уровни взаимодействия, а также их соподчиненность.

На государственном уровне разработан комплекс законодательных документов, ориентированных на оптимизацию деятельности в данном направлении, все они актуализированы с учетом современных подходов. В настоящее время в России в качестве национального стандарта введен ГОСТ Р ИСО 22000-2007 и предприятия могут выбирать вариант разработки и сертификации системы

НАССР (Hazard analysis and critical control points) – более простой по ГОСТ 51705.1-2001, либо более сложной, но обеспечивающей более высокий уровень доверия отечественных и зарубежных потребителей по ГОСТ Р ИСО 22000-2007.

Анализ «Норм физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации», утвержденных руководителем Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, Главным государственным санитарным врачом РФ 18 декабря 2008 года как по структуре, так и по содержанию, показал оптимальную заинтересованность государства в оптимизации новейших фундаментальных и прикладных исследований в области науки о питании.

Такие новые области знаний как нутригеномика, нутригенетика, нутриметабомика, протеомика позволили расширить научную базу норм рационального питания и внести коррективы в нормативные значения. Интересной является характеристика социально-демографических групп населения РФ, так, возрастная периодизация детского населения разработана с учетом двух факторов: биологического (онтогенетического) и социального критерия, учитывающего особенности обучения

Управление качеством товаров и услуг

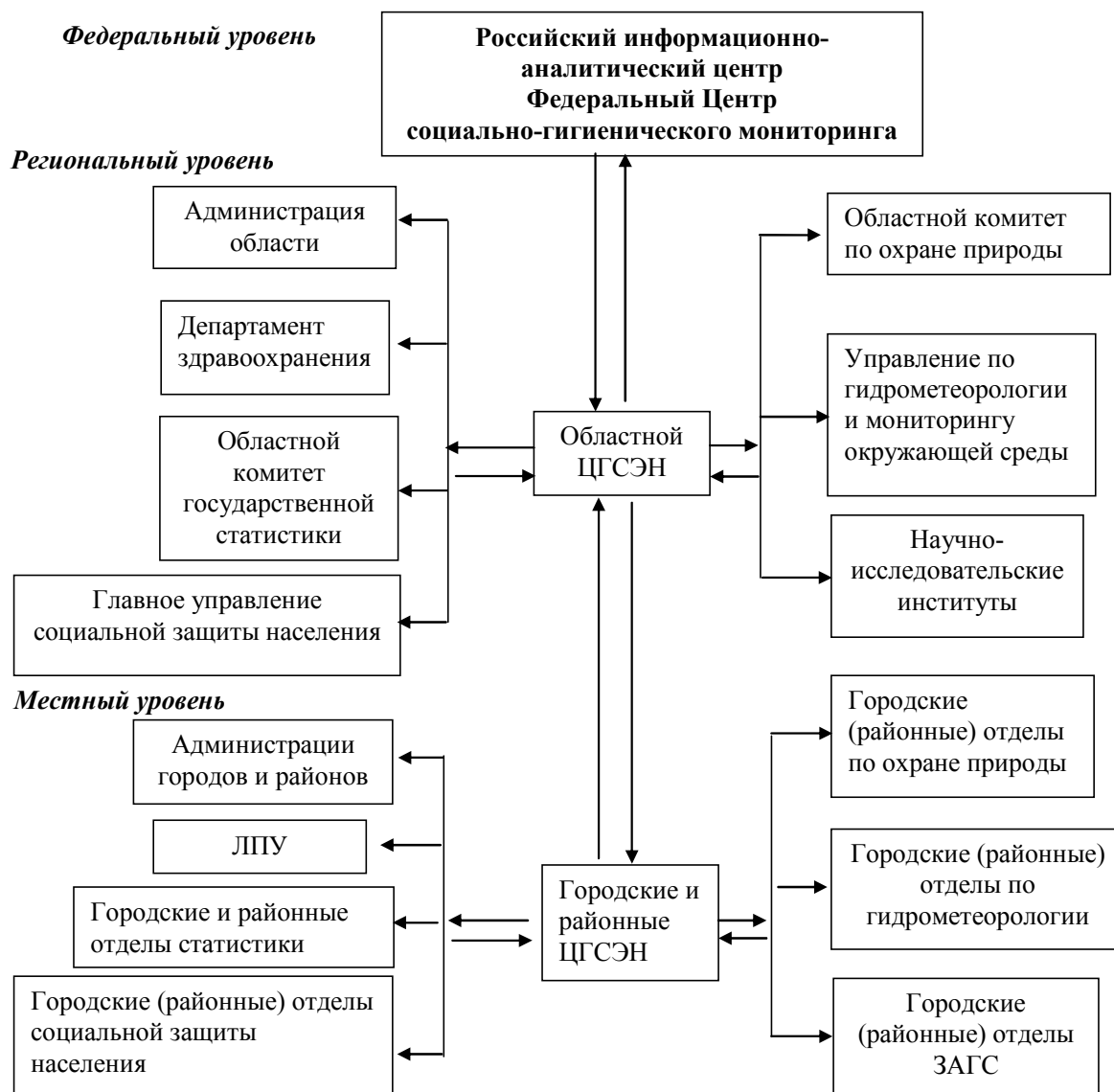


Рис. 3. Организационная структура социально гигиенического мониторинга РФ

Нормы суточной потребности компонентов питания для различных категорий населения (утверждены 18 декабря 2008 г.)

Компонент питания	Физиологическая потребность для потребителей разных категорий		
	Мужчины	Женщины	Дети
Пантотеновая кислота, мг/сут	5,0		1,0–5,0
Биотин, мкг/сут	50		10–50
Бета-каротин, мг/сут	5		–
Витамин К, мкг/сут	120		30–75
Калий, мг/сут	2500		400–2500
Натрий, мг/сут	1300		200–1300
Хлориды, мг/сут	2300		300–2300
Медь, мг/сут	1,0		0,5–1,0
Марганец, мг/сут	2,0		–

Окончание таблицы

Компонент питания	Физиологическая потребность для потребителей разных категорий		
	Мужчины	Женщины	Дети
Селен, мкг/сут	70		50
Хром, мкг/сут	50		11–35
Молибден, мкг/сут	70		–
Коэнзим Q-10, мг/сут	30		–
Липовая кислота, мг/сут	30		–
Метилметионинсульфоний (витамин U), мг/сут	200		–
Оротовая кислота (витамин В ₁₃), мг/сут	300		–
Парааминобензойная кислота, мг/сут	100		–
Холин, мг/сут	500		100–200 (4...6 лет) 200–500 (7...18 лет)
Микроэлементы: Кобальт, мкг/сут	10		–
Кремний, мкг/сут	30		–
Индольные соединения: Индол-3-карбинол, мкг/сут	50		–
Флавоноиды, мг/сут	250		– (4...6 лет) 150 – 250 (7...18 лет)
Изофлавоны, изофлавоногликозиды, мг/сут	50		–
Растительные стерины, мг/сут	300		–
Глюкозамин сульфат, мг/сут	700		–

и воспитания в нашей стране. Так, по нормам 2008 года установлено 6 групп: 1 мес.; до года; 1–3 года; 3–7 лет; 7–11 лет; от 11 до 18 лет.

Четко установлена первая группа детей, вторая группа ограничена более длительным сроком, четвертая группа объединяет детей более раннего возраста, четко ограничен больший предел последней шестой группы детей. В таблице указаны основные параметры обновления норм 2008 года по отношению к нормам 1991 года.

Исходя из данных таблицы, видно, что 28 компонентов рекомендованы в рационах питания впервые, причем некоторые из них – только для взрослого населения. Можно отметить, что рекомендуемые нормы по таким веществам как инозит, L-карнитин, холин и флавоноидам для рационов питания детей зависят от их возрастной группы, причем установленные в этом случае возрастные группы отличны от выделенных ранее групп, в частности: 1 группа – 4–6 лет, вторая – 7–18 лет.

Кроме того, в данном документе присутствует особая часть – Мониторинг питания, которая ориентирована на использование «Норм физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах различных групп населения РФ» для оценки вероятностного риска недостаточного потребления пищевых веществ. Такое направление деятельности согласуется с рекомендациями ИНФОСАН по оценке нутриционных рисков при верхних уровнях потребления (информационная записка №2/2006) и исследованиях полноценного рациона питания (информационная записка №6/2006). Процессы прослеживания потребления населением основных нутриентов, а также наиболее значимых незаменимых компонентов питания позволят минимизировать риски, связанные с недостатком, либо переизбытком в рационах питания тех или иных веществ, и, как следствие, обеспечить своевременное решение проблем здоровья человека.

Управление качеством товаров и услуг

В данной ситуации при постоянном мониторинге процессов существует реальная возможность обеспечения весьма известного изречения, что пища может стать лекарством, также фактором профилактики многих заболеваний человека.

Литература

1. *Питание и здоровье в Европе: новая основа действий* / под ред.: Aileen Robertson,

Cristina Tirado, Tim Lobstein, Marco Jermini, Cecile Knai, Jørgen H. Jensen, Anna Ferro-Luzzi и W.P.T. James // Региональные публикации ВОЗ. – Европейская серия. – № 96.

2. *Материалы научно-практических конгрессов IV Всероссийского форума «Здоровье нации – основа процветания России». Т. 1. Раздел «Санитарно-эпидемиологическое благополучие Российской Федерации». – М., 2008. – 244 с.*

Поступила в редакцию 20 января 2009 г.

Потороко Ирина Юрьевна. Кандидат технических наук, доцент кафедры товароведения и экспертизы потребительских товаров, зам. декана факультета коммерции Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – экспертиза, управление качеством и безопасностью продовольственного сырья и товаров. Контактный телефон: (8-351) 267-93-80, 267-92-88.

Potoroko Irina Jurevna. Candidate of engineering science, associate professor of the Commodity Research and Consumer Goods Examinations department, deputy dean of the Faculty of Commerce of South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: examination, quality management and safety of food raw materials and goods. Contact phone: 007(351)267-93-80, 267-92-88.

Попова Наталия Викторовна. Старший преподаватель кафедры товароведения и экспертизы потребительских товаров факультета коммерции Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – товароведение и экспертиза масложировой продукции. Контактный телефон: (8-351) 267-93-80.

Popova Natalia Viktorovna. Senior lecturer of the Commodity Research and Consumer Goods Examinations department of the Faculty of Commerce, South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: commodity research and examination of fat-and-oil production. Contact phone: 007(351)267-93-80.

Abstracts and keywords

Okolnishnikova I.J., Kuvatov V.G. State and private partnership as a factor of development of socially significant branches of economy.

The article is devoted to research of problems and prospects of state and private partnership (SPP) as a factor of effective development of socially significant branches of economy. The authors consider the urgency of development of state and private partnership, feature of the used models of SPP; modern problems and obstacles to introduction of state and private partnership and ways of their overcoming are revealed.

Keywords: state and private partnership, private and state partnership, regional business, economy of region.

Gooze A.N. Pricing model ensuring a maximal profit at the market launch of a new product.

The article is devoted to the problem of pricing at the market launch of a new product. The author investigates some technological schemes of goods sale. Using mathematical simulation the author proves that for each model there is a price at which the profit is maximal. This fact makes the proposed analysis useful enough to count interests of all goods selling participants.

Keywords: pricing, profit, new products.

Ivanov A.E., Matviyshina E.M. Analysis of modern methods of goodwill evaluation.

The article contains the analysis of modern methods of goodwill evaluation. The authors review quantitative as well as qualitative methods of goodwill evaluation and the fields of their application. In the article the authors show the main advantages and disadvantages of the methods of goodwill evaluation under analysis. The article underlines that the goodwill should be evaluated not only for purchase and sale contracts but at any point of a company's life cycle.

Keywords: organization's goodwill, synergy, methods of company's goodwill evaluation, option theory, brand, synergetic effect, intangible assets, profit, internal goodwill.

Mokhov V.G., Lysenko D.S. Strategic maps as a tool of the management of capitalization of industrial company.

The article is devoted to the problems of capitalization management with the strategic charts. The authors consider the main today's models of strategic charts and formulate their principal advantages and disadvantages. The authors conclude that strategic charts are one of the principal instruments of a strategy description. The article develops a model of strategic chart of increase of an industrial enterprise capitalization.

Keywords: strategic charts, capitalization, value, system, management, model, enterprise, industry, capital, strategy, assets, factor, conception, planning, efficiency, purpose.

Shalamova O.V. On stability of an economic system.

The article considers the meaning of notions «stability» and «stable development» with regard to modern tendencies conditioned by globalization of economic activity. The correlation between the kinds of stability of an enterprise and its typical organizational structures is given. The algorithm of increase of stability of an economic system and classification of its stability is given.

Keywords: development, stability, stable development, stability of enterprise, internal environment, external environment, stability of control system.

Abstracts and keywords

Gusev E.V., Ovchinnikova M.S., Kardapoltsev K.V. Improvement of methods of complex estimate of economic efficiency of integrated business holding types structures.

The article is devoted to problems of estimate of economic efficiency of holding associations considering the intracorporate interactions in different functional fields. The offered method enables the managements of holdings to get complex estimate of economic efficiency for application to operation and strategic management.

Keywords: efficiency of holding associations, integrated business structure, intracorporate interactions, functional field, complex estimate.

Makarova N.A., Cheskidova T.M. Innovative basis of modernization of regional industrial complex.

The article considers the problems of modernization of regional industrial complex, the innovative basis of technological modernization in particular. The author analyzes essence of technological modernization, reveals the role of innovations during modernization, analyzes the factors and makes offers on perfection of innovative development of regional industrial sector (mechanical engineering).

Keywords: modernization of an industrial complex, technological modernization, innovative development.

Maskaikin E.P., Artser T.V. Innovative potential of the region: essence, structure, method of estimation and directions of development.

The article describes the essence and structure of regional innovative potential. The author offers the original method of estimation of regional innovative potential, ranges the regions of the Russian Federation by level of innovative potential and offers the basic directions of development of innovative potential.

Keywords: innovations, innovative development, innovative activity, innovative potential of a region, rank, rating estimation, clusters, level of innovative potential, direction of development.

Popov S.A., Pereverzeva M.N., Surkova T.V. The organizational-economic mechanism of efficient control over the venture investments into the Russian conditions.

The article is devoted to the venture mechanisms of financing of innovational projects. The authors consider the basic stages of the venture process and state out the directions of perfection of the organizational-economic mechanism of the venture investments. In the article the authors offer a technique of creation of databases the venture projects and potential the venture investors, a technique of selection of companies – applicants of the venture projects (in the sphere of formal market) and a technique of an estimation of a venture project efficiency.

Keywords: venture capital, innovations, investment, business angels, efficiency, project, information, managing company.

Slinkova O.K., Grudistova E.G. Management of an organizational culture.

The article is devoted to the management of organizational culture as the main factor of successful organization's functioning. The authors describe the features of this problem and represent the model demonstrating the sequence of fundamental actions on developing, supporting and developing of organizational culture. The necessity of the research in the field of organizational culture and its values it's emphasized. The authors suggest their classification of organizational culture reflecting possible characteristics of culture taking into consideration the national peculiarities of organizational staff (personnel).

Keywords: an organizational culture, a system of values, developing, supporting, culture change, type of culture, classification of types, national peculiarities, diagnostics.

Tretyakova E.P. Building of a balanced management system.

The article is devoted to ways of applying a new typology of socio-economic systems to improvement of the system of management. With the help of a practical case the author identifies and justifies the incongruence of system management components, as well as their irrelevance to the chosen organizational business-model. The results of the research determine the methods of perfecting the management system of the company in question and propose the ways of harmonizing the system of management on the basis of typology of socio-economic systems.

Keywords: typology of socio-economic systems, efficiency of management technology, rationality of organization structure, relevance assessment of system management components.

Nikolaeva T.I., Gayanova V.M. Integration as the most significant strategic direction of trading branch.

The article considers the essence of integration and integration processes in economy on the basis of domestic and foreign practice. Also the authors offer a classification of kinds of integration in economy. The basic attention is paid to development of integration and its efficiency in trade sphere. The authors single out the present stage of development of integration in trade, reveal its determinating factors. The role and value of integration in development of economy and performance of social functions is shown.

Keywords: integration, processes, trade, efficiency, kind and type of integration, integration in trade, integration forms.

Vasilyeva O.E., Paklina L.A. Information systems of support for service of technical-industrial goods.

The article is devoted to the problems of development of CALS technologies in Russia. The authors consider the factors proving the necessity to implement the programme technologies of service of technically complicated production at Russian enterprises. In the article the authors describe in details the advantages provided by the usage of information support of equipment during all its utilization period.

Keywords: information, service, service accompaniment, CALS-technologies.

Potoroko I.Y., Popova N.V. State policy of Russia in the field of food safety and safety of foodstuff. Modern condition of the question.

The article tells about the problems of maintenance of quality and safety of food production and about negative tendencies of last time in sphere of population feed. The basic directions of government activity are characterized and the data of analysis of «Norms of physiological needs for energy and food substances for various groups of the population of the Russian Federation», authorized on December 18, 2008, in comparison with the Norms of the 1991 which has revealed the arisen interest of the state to optimization of the newest fundamental and the applied researches in the field of a science about a feed and updating of normative values is given.

Keywords: maintenance of quality, safety of foodstuff, food safety.

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

1. В редакцию предоставляется электронная и бумажная (документ MS Word) версия статьи, экспертное заключение о возможности опубликования работы в открытой печати, сведения об авторах (Ф.И.О., место работы и должность для всех авторов работы), контактная информация ответственного за подготовку рукописи (рабочий и мобильный телефон, адрес для рассылки авторских экземпляров).

2. Структура статьи: УДК, ББК, название (не более 12–15 слов), список авторов, аннотация (не более 300 знаков), список ключевых слов, текст работы, литература (в порядке цитирования, ГОСТ 7.1–2003).

3. После текста работы следует название, аннотация, список ключевых слов и сведения об авторах на русском и английском языках.

4. Параметры набора. Размеры полей: левое – 2,5 см, правое – 2,5 см, верхнее и нижнее – по 2,3 см. Текст статьи набирать в одну колонку шрифтом Times New Roman размером 14 пт. Выравнивание абзацев – по ширине. Отступ первой строки абзаца – 0,7 см. Междустрочный интервал — одинарный. Включить режим автоматического переноса слов. Все кавычки должны быть угловыми («»). Все символы «тире» должны быть среднего размера («–», а не «-»).

5. Формулы должны быть набраны в редакторе формул Microsoft Equation с отступом 0,7 см от левого края. Размер обычных символов — 14 пт, размер крупных индексов — 10 пт (71 % от размера обычных символов), размер мелких индексов — 8 пт (58 % от размера обычных символов).

6. Рисунки все черно-белые. Если рисунок создан не средствами MS Office, то желательно предоставить рисунки и в виде отдельных файлов.

7. Адрес редакции Вестника ЮУрГУ, серия «Экономика и менеджмент»

Россия 454080, г. Челябинск, пр. им. В.И. Ленина, 85, Южно-Уральский государственный университет, факультет Коммерции, кафедра ТиЭПТ, ответственному секретарю Науменко Наталье Владимировне.

8. Адрес электронной почты: Naumenko_natalya@mail.ru

9. Полную версию правил подготовки рукописей и пример оформления можно загрузить с сайта ЮУрГУ (<http://www.susu.ac.ru>), следуя ссылкам: «Научные исследования», «Издательская деятельность», «Вестник ЮУрГУ», «Серии».

10. Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

ВЕСТНИК ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

№ 21 (154) 2009

Серия
«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»
Выпуск 10

Редактор Е.П. Павлухина

Издательский центр Южно-Уральского государственного университета

Подписано в печать 26.05.2009. Формат 60×84 1/8. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 12,09. Уч.-изд. л. 11,4. Тираж 500 экз. Заказ 176/219.

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