



ВЕСТНИК

ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО № 7 (183)
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА 2010

ISSN 1997-0129

СЕРИЯ

«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»

Выпуск 13

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 комму-
никаций 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

Экономическая теория и мировая экономика

| | |
|--|---|
| ЗАГУЛЯЕВ Д.Г. Концепция регулирования международного рынка труда наёмных работников исходя из рентного характера мировой экономики | 4 |
|--|---|

Региональная экономика

| | |
|--|----|
| ДАНИЛОВА И.В., РЕЗЕПИН А.В. Реализация политики инфляционного таргетирования в России: дифференциация региональных условий | 11 |
|--|----|

Экономика и финансы

| | |
|---|----|
| КОЛОЧЕВА В.В., ТИТОВА В.А. Устойчивое развитие предприятий на основе процессного подхода | 20 |
| САВЕЛЬЕВА И.П., КУРЗАНОВА Л.Ю. Анализ подходов к определению стоимости строительной продукции | 26 |
| ЧИРКИНА С.С. Методика оценки земельных лотов при проведении аукционов | 34 |
| ШУВАРИКОВА Е.В. Использование международного опыта для решения проблем управления отходами производства и потребления в Пермском крае | 41 |

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

| | |
|---|----|
| БАЕВ И.А., ГУСЕВА Т.И. Разработка модели оценки эффективности реструктуризации предприятий в условиях финансового кризиса | 49 |
| КИСЕЛЕВА В.А., ШИКИНА С.А. Управление структурой активов на основе функциональной модели оптимизации структуры капитала | 56 |
| ШПАЛТАКОВ В.П., БЫЧКОВА А.Н. Модель воспроизводства основного капитала | 62 |

Управление социально-экономическими системами

| | |
|---|----|
| БУХТИЯРОВА Т.И., ЛОСКУТОВА Н.И. Классификация затрат для внутрифирменного контроля | 67 |
| ТРЕТЬЯКОВА Е.П., БАЖАНОВА М.И. Современный подход к оценке трудового потенциала организации | 77 |
| УСОВА А.А. Использование модели Р. Нортон и Д. Каплана «Система сбалансированных показателей» при формировании стратегии агропредприятий России | 83 |

Предпринимательская деятельность

| | |
|--|----|
| КАРХ Д.А. Теоретические основы развития сущности услуг | 89 |
|--|----|

Маркетинг

| | |
|---|----|
| ВАЙСМАН Е.Д. Генезис конкурентных преимуществ фирмы | 92 |
| ЛАГУТИНА Е.Е., ЛЕОНГАРДТ В.А., ШАПОШНИКОВ В.А. Профессиональное образование по специальности «Маркетинг» как товар в системе маркетинга | 98 |

Логистика

| | |
|---|-----|
| КАТОЧКОВ В.М., ЛЕВИНА А.Б. Оценка логистической интеграции предприятий розничной торговли г. Челябинска | 102 |
|---|-----|

| | |
|-------------------------------------|-----|
| Abstracts and keywords | 113 |
|-------------------------------------|-----|

CONTENTS

Economics and world economy

ZAGULYAEV D.G. The concept of the international wage workers labour-market regulation from the point of view of the rental character of the world economy 4

Regional Economy

DANILOVA I.V., REZEPIN A.V. Implementation of inflation targeting policy in Russia: regional conditions differentiation 11

Economy and Finance

KOLOCHYOVA V.V., TITOVA V.A. Sustainable development of enterprises on the basis of process approach 20

SAVELEVA I.P., KURZANOVA L.Y. Analysis of approaches to construction products value determining 26

CHIRKINA S.S. Method of land lots valuation during holding auctions 34

SHUVARIKOVA E.V. Application of international practice for solving production and consumption waste management problems in the Perm region 41

Investment and Innovation activity management

BAEV I.A., GUSEVA T.I. Development of model of efficiency evaluation of re-structuring of the enterprises in the conditions of financial crisis 49

KISELYOVA V.A., SHIKINA S.A. Management of asset profile structure on the basis of functional model of the capital structure optimization 56

SHPALTAKOV V.P., BYCHKOVA A.N. Model of a basic capital reproduction 62

Management of Social and Economic Systems

BUCHTIYAROVA T.I., LOSKUTOVA N.I. Expenses classification for internal controls 67

TRETYAKOVA Y.P., BAZHANOVA M.I. Modern approach to evaluation of enterprise labour potential 77

USOVA A.A. Application of R. Norton and D. Kaplan model of «System of the balanced indicators» at formation of strategy of the agroenterprises of Russia 83

Enterprise Activity

KARH D.A. Theoretical bases of the services essence development 89

Marketing

VAYSMAN E.D. Origin of the competitive advantages of a company 92

LAGUTINA E.E., LEONGARDT V.A., SHAPOSHNIKOV V.A. Marketing vocational education as a product in marketing system 98

Logistics

KATOCHKOV V.M., LEVINA A.B. Evaluation of logistic integration of Chelyabinsk retail enterprises 102

Abstracts and keywords 113

Экономическая теория и мировая экономика

УДК 65:331 (04)
ББК 65.582/584

КОНЦЕПЦИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА ТРУДА НАЁМНЫХ РАБОТНИКОВ ИСХОДЯ ИЗ РЕНТНОГО ХАРАКТЕРА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Д.Г. Загуляев

Изложена авторская концепция регулирования международного рынка труда наёмных работников, исходя из рентного характера мировой экономики.

Ключевые слова: рынок труда, трудовые ресурсы, страны-доноры, страны-реципиенты, рентный характер мирового рынка труда, концепция регулирования.

Мировой рынок труда как неотъемлемая часть мировой экономической системы образуется и существует за счёт трудовой миграции. В зависимости от периода времени нахождения за границей различают *постоянную* миграцию, когда трудовые ресурсы выезжают в другую страну для получения трудоустройства без последующего возвращения на родину и *временную*, для получения за границей работы на конкретный срок. В практической экономической жизни один вид миграции может легко превращаться в другой под воздействием факторов долгосрочного характера.

Перемещение трудовых ресурсов стран-доноров (из которых трудовые ресурсы уезжают за границу для трудоустройства) в страны-реципиенты (которые принимают трудовые ресурсы, прибывающие для трудоустройства) вызвано в большинстве случаев экономическими причинами, такими как максимизация собственной прибыли каждого наёмного работника. Для многих мигрантов главным фактором их выезда на работу за границу является более высокая оплата труда, чем на родине. По данным программы развития ООН (ПРООН), разрыв между уровнем жизни в развитых и развивающихся странах в последние 50 лет увеличился: «Валовой внутренний продукт на душу населения в странах с высоким уровнем дохода в 66 раз превышает его в странах с низким доходом населения и в 14 раз – в странах со средним уровнем дохода. Трудовые мигранты, получающие работу в странах с высоким уровнем дохода, имеют возможность зарабатывать в 20–30 раз больше, чем у себя на родине» [1, с. 147–148]. Другими причинами международного перемещения трудовых ресурсов могут являться военные действия и несогласия с идеологическими принципами жизни в странах-импортерах трудовых ресурсов.

Международное перемещение трудовых ресурсов, в том числе временное, оказывает воздействие на социально-экономическое развитие стран-доноров и стран-реципиентов трудовых ре-

сурсов. Следовательно, при определении целесообразности санкционирования притока трудовых ресурсов, *в особенности «низко интеллектуально-оружённых»* в страну-реципиент, её правительство не должно подходить к данному вопросу, по выражению Ю.М. Лужкова, с «бухгалтерской непосредственностью» [4], а учитывать плюсы и минусы таких перемещений *для принимающей страны* в долгосрочной перспективе, обусловленным рентным характером воспроизводства трудовых ресурсов.

По мнению отдельных авторов, *для стран-доноров международная миграция имеет ряд положительных моментов*, таких как:

1. Возможность трудоустройства мигрантов в низком уровне образования, создание бизнеса в стране-реципиенте не в реальном секторе экономики, а в сфере услуг, в первую очередь в сервисе и торговле, в частности, в уборке улиц и помещений, транспортных перевозках, ресторанном, гостиничном деле, торговле продуктами питания и одеждой, в системе прачечных, парикмахерских услуг, швейной, кожевенной, пищевой промышленности, в строительстве, что может не требовать специальной подготовки, зачастую необходимой для работы в реальном секторе экономики.

2. Возможность для иммигрантов участвовать в так называемой «этнической экономике» принимающей стороны, следовательно, получать конкурентные преимущества и, значит, максимизировать свои доходы при оказании услуг заказчикам за счёт обслуживания платёжеспособных представителей своего этноса. Так, «...в США ... существуют сальвадорские и никарагуанские рестораны, гватемальские рынки и магазины, где продаются товары центрально-американских стран» [10, с. 33] для потребления представителями этих стран.

3. Инвестирование мигрантами денежных средств в народное хозяйство страны происхождения, обеспечивая тем самым создание рабочих мест, рост ВВП и рост доходов занимающих эти места лиц.

4. Иммигранты с низким уровнем образования (которых обычно бывает большинство в общем потоке временно переезжающих из менее экономически развитых стран в более экономически развитые), по существу, перестают являться для страны-донора перспективным фактором и носителем интеллекта, который, согласно неравновесной экономической теории, является источником прибавочной стоимости, поскольку таким иммигрантам в стране-реципиенте предлагаются тяжёлые, опасные, низкооплачиваемые работы, от которых отказываются местные жители: «В Бельгии иммигранты составляют 50% всех горняков, в Швейцарии – 40% строительных рабочих, в США – 70% занятых в аграрном секторе» [10, с. 32–33]. Очевидно, что на таких работах развитие получают физические, а не интеллектуальные или творческие потенции наёмного работника.

5. Эмиграция снижает уровень безработицы в странах-донорах, освобождая неэффективные правительства от почётной обязанности максимизации уровня трудоустройства своих граждан. Это ведёт к усугублению проблемы, связанной с отсутствием государственного регулирования, только укореняя неэффективные правительства в заблуждении о его ненужности. В результате страны регулярно лишаются значительного количества трудовых ресурсов в пользу третьих стран.

6. В странах-донорах выезд за границу трудовых ресурсов снижает конкуренцию на собственном внутреннем рынке, что ведёт к снижению уровня производительности труда и валового внутреннего продукта.

Несмотря на приведенные выше положительные моменты, очевидно, что все «плюсы» для стран-доноров международного перемещения рабочей силы являются чисто бухгалтерскими, то есть факторами получения дохода ограниченным кругом лиц в краткосрочной перспективе в ущерб долгосрочному развитию трудовых ресурсов страны. Данные «плюсы» ослабляются, вплоть до нивелирования, в силу присутствия рентности воспроизводства трудовых ресурсов в мире и неравновесности при распределении заработанной прибыли, то есть, «львиная доля ренты уходит из производственного использования в частные карманы» [8, с. 272], что лишает наёмного работника (объекта международного перемещения трудовых ресурсов) значительной части созданной им прибавочной стоимости, присваиваемой предпринимателями страны-реципиента.

Для стран-реципиентов отдельными авторами отмечаются следующие «минусы» международного перемещения трудовых ресурсов, которые также вызваны рентностью и неравновесной сущностью международного рынка труда:

1. Иммигранты нанимаются на работы в трудоёмкие и низкоинтел-лектоёмкие отрасли, на рабочие места, не пользующиеся спросом у коренных жителей, так как оплата таких работ не обес-

печивает воспроизводства занятых в таких отраслях трудовых ресурсов. На первый взгляд, такой «плюс» положительно влияет на экономику страны-реципиента, особенно в краткосрочной перспективе. Однако наличие иммигрантов на рынке трудовых ресурсов, которые в данном случае выступают в роли штрейкбрехеров, понижает ставку оплаты труда до уровня, который может быть ещё ниже воспроизводственного, тем самым избавляя предпринимателей от необходимости делиться частью заработанного дохода с наёмными работниками с целью удержания его в компании – наёмные работники и так вынужденно согласны работать за весьма низкую оплату труда. В итоге порождается такое явление, как «обедняющий рост» трудовых ресурсов как импортируемых, так и отечественных. Смысл этого феномена состоит в том, что сохранение низкой заработной платы трудового населения может стать для государства способом укрепления своих позиций в глобальной конкуренции: «Как только «дешёвая рабочая сила» становится конкурентным преимуществом, вы попадаете в ловушку – обеспечение дальнейшего экономического роста будет сопровождаться консервацией бедности населения» [4, с. 86]. Как видно, обедняющий рост пагубен как для трудовых ресурсов страны-донора, так и страны-реципиента. Из этого следует, что данное «преимущество» международного перемещения трудовых ресурсов скорее является недостатком, поскольку на руку только предпринимателям страны-реципиента и не обеспечивает развития трудовых ресурсов.

2. Иностранцы работники и их семьи формируют дополнительный спрос на товары и услуги, способствуя росту производства в принимающих странах. Создавая кассовые остатки, иммигранты увеличивают фонд накопления. Ни для кого не секрет, что временные иммигранты, соглашающиеся на низкий, демпинговый уровень оплаты труда, большинство своих сбережений отправляют на родину, оставляя для себя только небольшие суммы для текущего потребления, что в ни в коей мере не способствует повышению их платёжеспособного спроса в стране-реципиенте и накоплению денежных средств в их распоряжении. Во многих развивающихся странах получаемые от мигрантов денежные переводы являются более важным источником доходов, чем официальная помощь развитию мирового сообщества: «В 2004 г., например, сумма официальных денежных переводов мигрантов достигла 150 млрд долл., а неофициальных – более 300 млрд долл. (оценка). Основными странами-получателями денежных переводов были Мексика (16 млрд долл.), Индия (9,9 млрд долл.), Филиппины (8,5 млрд долл.) [9, с. 2]. Таким образом, становится очевидной причина временного перемещения трудовых ресурсов из менее развитых в хозяйственном плане стран в более экономически развитые страны – стремление перемещающихся трудовых ресурсов улуч-

шить благосостояние оставшихся на родине членов семьи. Ни о каком общественно полезном реинвестировании капитала, или хотя бы поддержании уровня неснижаемых остатков на банковских счетах мигрантов в экономику страны-реципиента говорить не приходится. Кроме того, следует помнить о специальных финансовых мерах стимулирования миграции, предпринимаемых правительствами отдельных стран-доноров, с целью последующего реинвестирования полученных доходов в национальную экономику, что также является эффективным инструментом отвлечения денежных средств из экономики страны-реципиента. В некоторых странах финансовые ресурсы коллективных переводов объединяются с правительственными фондами и позволяют существенно расширить возможности реализации проектов. В Мексике, например, в 90-е годы действовали программы «два к одному» и «три к одному». В первом типе программ к каждому доллару переводов мигрантов начислялось по одному доллару из федерального бюджета и бюджета штата. Во втором типе программы прибавлялся еще доллар от муниципалитетов. «В рамках действия программы «три к одному» с 1992 по 2001 гг. мигранты инвестировали 5 млн долл. в 400 проектов» [2, с. 51–52]. Таким образом, данный заявленный «плюс» отнюдь не является «плюсом» для страны-реципиента, поскольку временные трудовые мигранты тратят заработанные ими деньги самостоятельно только на текущее потребление, а фонд накопления и развития отсылают на родину.

3. Иммиграция улучшает демографическое положение стран-реципиентов. И данный «плюс» опровергается с помощью теоретических подходов неравновесной экономической теории, поскольку источником прибыли является не труд, а интеллект: при этом труд выступает как средство реализации интеллекта. Следовательно, улучшение демографической ситуации в стране возможно только за счёт привлечения «интеллектоносных» трудовых ресурсов.

4. Временные мигранты, выполнив свои задачи, уедут на родину, не повлияв в долгосрочной перспективе никаким образом на обстановку в стране. Народная мудрость гласит, что «нет ничего более постоянного, чем временные сооружения». С годами временные мигранты, купившие первоуродство, перефразируя библейскую цитату, за миску чечевичной похлебки, как правило, становятся гражданами принимающей страны, предъявляя претензии на управление страной, что вызывает дестабилизацию общества и потерю управляемости, поскольку «...в кибернетике есть принцип необходимого разнообразия (У. Эшби), который требует приближения и соответствия друг другу разнообразия управляющего и управляемого объектов социально-экономической системы» [3, с. 36]. Это означает, что для осуществления максимально эффективного управления экономиче-

ской системой необходимо культурное соответствие между субъектом управления и объектом управления. При этом под культурой понимается система жизненных ценностей и обусловленный ими стиль жизни. Следовательно, и этот «плюс» является плюсом лишь по критерию получения бухгалтерской прибыли.

5. Страны-экспортеры трудовых ресурсов при регулировании её экспорта преследуют следующие цели: за счет эмиграции трудовых ресурсов способствовать сокращению безработицы; увеличивать поступление валютных средств за счёт денежных переводов эмигрантов из-за границы; стимулировать возвращение мигрантов на родину после приобретения ими за рубежом образования и профессий; защищать экономические и социальные права трудящихся эмигрантов в странах их пребывания. Правительства стран-доноров поощряют выезд категорий трудящихся, на профессии которых нет соответствующего спроса. Очевидно, данные цели ориентированы исключительно на достижение интересов стран-доноров трудовых ресурсов и они реализуются на практике.

Очевидно, что все перечисленные выше «минусы» для стран-реципиентов международного перемещения рабочей силы по меньшей мере уравниваются «плюсами» для стран-доноров, а также предпринимателей стран-реципиентов, пользующихся выгодами, связанными с рентным характером воспроизводства трудовых ресурсов на международном рынке, то есть, как и в случае с «плюсами» международной иммиграции трудовых ресурсов для стран-доноров, «львиная доля ренты уходит из производственного использования в частные карманы» [8, с. 272], что лишает наёмного работника части созданной им прибавочной стоимости, присваиваемой предпринимателем страны-реципиента.

Таким образом, получается, что, прежде всего, международное перемещение трудовых ресурсов выгодно монополизировавшим этот сегмент рынка частным хозяйствующим субъектам стран-реципиентов, снимающим сливки с ренты, связанной со стоимостью воспроизводства трудовых ресурсов в мире. При этом логично предположить, что максимизация ими доходов, при отсутствии государственного регулирования международного рынка трудовых ресурсов, с годами будет только расти в ущерб росту доходов объектов международного перемещения трудовых ресурсов.

Кроме того, санкционирование трудовой миграции также является инструментом, спасающим отдельных малоэффективных внешних политиков, за счёт экономики пытающихся решить возложенные на них внешнеполитические задачи, которые они не способны разрешить с помощью политических инструментов. В соответствии с таким подходом не политика находится на службе экономики, а наоборот, и о термине «политическая экономика» на время приходится забыть.

В ближайшие десятилетия проблема международного перемещения трудовых ресурсов будет оставаться одной из самых злободневных, требующей участия правительств конкретных стран и всего международного сообщества. По оценкам ООН, диспропорции в демографическом развитии стран и регионов будут сохраняться и оставаться одной из важных причин международной миграции: «К 2010 г. численность трудовых ресурсов в мире возрастёт до 3,4 млрд человек (в 2000 г. она составляла 3 млрд человек), в среднем за год она увеличивается на 40 млн человек – за счёт развитых стран» [9, с. 2].

Однако осуществляемое в настоящее время регулирование международного рынка труда сводится к установлению технических и юридических норм, но не устранению сути проблемы – нивелированию последствий рентного характера мирового рынка труда, воспроизводства трудовых ресурсов и получаемых отдельными странами либо лицами связанных с этим экономических преимуществ. То есть мировым сообществом предпринимаются попытки чисто технического регулирования, например, миграционные квоты, рассчитываемые ежегодно в государствах, импортирующих рабочую силу и являющиеся количественным показателем потребности страны в иностранных рабочих, а также и отдельные юридические меры: «В документах МОТ содержатся также идеи и конкретные рекомендации по условиям приёма, перемещения, отъезда, найма, размещения, ввоза личного имущества, получения информации мигрантами» [6, с. 228–231].

Но такое регулирование недостаточно, поскольку не ориентировано на обеспечение развития внутривнутринациональных рынков национальных трудовых ресурсов, без которого замедляется общее экономическое развитие стран-реципиентов трудовых ресурсов, а отчасти и стран-доноров. Результат плачевен и общеизвестен – наниматели трудовых мигрантов страны-реципиента получают прибыль за счёт установления низких трудовых ставок и используют её для обеспечения роста своего бизнеса, при этом национальные трудовые ресурсы остаются неразвитыми из года в год, из десятилетия к десятилетию: тем самым воспроизводство национальных трудовых ресурсов, являющихся стратегическим запасом страны, не осуществляется.

С учётом рентного характера мирового рынка труда, то есть принимая во внимание тот факт, что стоимость воспроизводства рабочей силы зависит от климатических и географических характеристик соответствующих стран, в качестве основы мировой политики экономического регулирования данной сферы хозяйствования должен действовать механизм мирового социально-экономического регулирования, при этом отдельные элементы данного механизма могут реализовываться как международными уполномоченными

на то институтами, так и в одностороннем порядке, по своему усмотрению, национальными правительствами отдельных стран с целью защиты и последующего созидания собственных рынков труда. Данный механизм позволит в определённой перспективе добиваться повышения уровня оплаты труда исконного населения конкретной страны, тем самым обеспечивая воспроизводство исконных трудовых ресурсов и развитие желаемых национальных рынков соответствующих видов труда, сохраняя национальную самобытность.

1. В политике в сфере оплаты труда наёмных работников мирового сообщества, определяемой соответствующими регулирующими структурами, международными либо национальными, должна учитываться межстрановая специфика государств, в основе которой должно находиться признание рентного характера мировой экономики и социальных условий проживания населения отдельных стран, как следствие межстрановой разнородности природно-климатических, пространственных аспектов мирового территориального расположения государств.

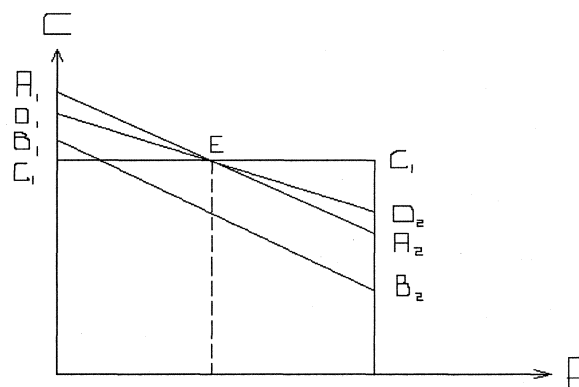
Как отмечает А.П. Паршев, готовая продукция стоит примерно одинаково во всем мире в силу конкурентности и открытости рынков. При этом расходы в разных местах разные. Выгодность производства определяется разницей между мировой ценой произведённого продукта и местными уровнями затрат на его производство. В качестве иллюстрации положения России в мире в свете рентного характера экономики небезынтересен следующий пример: «Любое производство на территории России характеризуется чрезвычайно высоким уровнем издержек. Эти издержки выше, чем в любой другой промышленной зоне мира. Простейший анализ затрат на производство по статьям расходов показывает, что по каждой статье Россия проигрывает почти любой стране мира, а компенсировать излишние затраты нечем. В первую очередь это происходит из-за слишком сурового климата – производство, да и просто проживание в России требует большого расхода энергоносителей. Энергия стоит денег, поэтому наша продукция при прочих равных условиях получается более дорогой» [11, с. 47].

В свете неравновесного экономического анализа это означает, что в силу рентного характера мирового рынка труда, а именно присутствия целого ряда неравновесных факторов, в большинстве своём связанных с величиной расходов, необходимых для воспроизводства и развития трудовых ресурсов, таких как разница в стоимости жизни и существования проживающих в разных странах трудовых ресурсов, различными культурными и прочими потребностями, перемещение трудовых ресурсов на международном рынке труда, в том числе с целью получения временного трудоустройства, должно чётко регулироваться и тщательно контролироваться со стороны заинтересован-

ных сторон. В особенности, такой контроль необходим со стороны национальных правительств, ставящих своей задачей не получение сиюминутной бухгалтерской прибыли путём использования «дешёвых» трудовых ресурсов, а достижение стабильного, расширенного воспроизводства национальных трудовых ресурсов с целью, в том числе, и укрепления отечественной хозяйственно-экономической безопасности в долгосрочной перспективе, поскольку расходы на воспроизводство рабочей силы в разных странах разные и обусловлены их климатогеографическим положением: «Чтобы победить жителя «третьего мира» в конкурентной борьбе за рабочее место, наш рабочий должен согласиться на месячную зарплату, эквивалентную одной заправке бензобака высокооктановым бензином! Так что наш рабочий в конкурентной борьбе за рабочее место, конечно, проиграет рабочему из ЮВА и Латинской Америки. Я подскажу еще кое-что, известное, но не акцентируемое. Рабочий в Западной Европе и США уже давно проиграл в этом соревновании. Но так как он «свой», то ему нашли другое занятие, не связанное с производством. А нашему нового занятия никто и не собирался искать» [11, с. 43].

2. С целью обеспечения сбалансированного и полноценного развития трудовых ресурсов в междоународном разрезе и достижения стабильности, связанной с предоставлением возможности трудоустройства на исконной территории трудовым ресурсам с последующим развитием профессиональных навыков, должна быть создана система дифференцированной и целевой междоународной поддержки стран различных типов «по объективным условиям своего расположения и обладания факторами производства» [8, с. 271], в данном случае – факторного ресурса «труд». Такая система должна выполнять функции финансовой поддержки стран с высокими расходами по статье «воспроизводство трудовых ресурсов», величина которых вызвана рентным характером соответствующего мирового рынка, путём перераспределения денежных отчислений, преимущественно стран с высоким уровнем рентных доходов в сфере оплаты труда наёмного персонала и стран, где для развития трудовых ресурсов необходимо расходовать значительно меньше средств, чем в среднемировом разрезе. При этом отчисления следует перераспределять в пользу стран с высокими расходами на воспроизводство трудовых ресурсов. «Эти отчисления могут быть абсолютно безболезненными для рентоаккумулирующих стран, если их уровень будет определять процентом от многолетней среднемировой ренты» [8, с. 272], к тому же позволят развивать национальные рынки труда путём устранения необходимости трудовой миграции граждан стран, находящихся в правой, высокоэффективной (низкозатратной) в смысле стоимости воспроизводства трудовых ресурсов части экономики в страны с низкоэффективными (высо-

козатратными) условиями с точки зрения затрат на воспроизводство трудовых ресурсов. Другими словами, такие отчисления предотвратят трудовую миграцию «гастарбайтеров», не способствующих развитию потенциала трудовых ресурсов «принимающей стороны», а наоборот, призванных его ослабить. Примерный подход к такому перераспределению показан на рисунке.



Вариант отчисления в фонд перераспределения доходов, полученных в силу рентного характера междоународного рынка труда

На рисунке C – стоимостные показатели по оси абсцисс; P – ранжированный ряд стран по стоимости воспроизводства трудовых ресурсов по оси ординат; A_1A_2 – линия многолетней цены воспроизводства трудовых ресурсов; B_1B_2 – линия многолетней себестоимости трудовых ресурсов; C_1C_2 – линия многолетней равновесной рыночной цены реализации труда на мировом рынке трудовых ресурсов; треугольник EC_2D_2 – величина суммарных отчислений в фонд развития трудовых ресурсов, осуществляемая странами с низкими расходами на воспроизводство рабочей силы в адрес стран с высокими расходами на воспроизводство рабочей; D_1EC_1 – величина суммарных дотаций странам с высокими расходами на воспроизводство рабочей силы.

Перераспределение мировой трудовой ренты в пользу стран с высокими издержками воспроизводства рабочей силы ощутимым образом не скажется на развитии производства в странах с низкими издержками воспроизводства рабочей силы, поскольку «львиная доля ренты уходит из производственного использования в частные карманы» [8, с. 272] и, кроме того, такое перераспределение позволит национальным правительствам создавать и развивать национальные рынки труда, сохраняя культуру и национальную самобытность стран.

Как отмечает академик Д.С. Львов, «Нетрудно понять, что если и далее в процессе глобализации не будет осуществлено хотя бы частичное перераспределение мирового дохода от стран «золотого миллиарда» в пользу отсталых и развивающихся, то социальные противоречия в глобальном масштабе будут резко усугубляться, а мир – ускоренно двигаться на грань катастрофы» [5, с. 52].

3. Для стран с высокими расходами на воспроизводство трудовых ресурсов должна разрабатываться собственная система и программы комплексного развития трудовых ресурсов на основе их первоначального дотирования из соответствующего международного фонда с учётом локальных условий хозяйствования и проживания населения. Подобные попытки, предпринимаемые декларативным порядком на международном уровне, на практике пока не привели к желаемому результату. Так, на 95-й сессии Международной конференции труда, проходившей в июне 2006 г., в которой участвовали более 4 тыс. делегатов (представители правительств, работодатели и трудящиеся стран-членов МОТ), генеральный директор МОТ Х. Сомавия отметил, что «странам мира необходимо обеспечить создание новых рабочих мест и экономический рост, ориентированный на занятость и подчеркнул, что, так как около 80% мировой рабочей силы приходится на развивающиеся страны, этим странам к 2015 году нужно будет создать 430 млн рабочих мест [7, с. 2] и предложил разработать концепцию политики занятости для развивающихся стран, которая позволила бы перейти от экономического развития без создания значительных рабочих мест к росту, ориентированному на занятость.

4. Привлечение в страны-реципиенты только иммигрантов-интеллектоносителей, поскольку, как постулируется в рамках неравновесной экономической теории, только интеллект является источником прибыли. Как отмечал Ю.М. Лужков, важнейшим источником прибавочной стоимости, наращивания капитала и экономического развития становится знание. С точки зрения хозяйственного механизма капиталистического производства, это означает, что чем больше интеллектуальные вложения в производство, чем больше ноу-хау и научных разработок использовалось при создании продукта, тем выше его стоимость, тем эффективнее производство и тем конкурентоспособнее производимые товары: «... в современном мире развитие обеспечивают знания, интеллект и создаваемые ими новые возможности...» [4, с. 81] при условии возможности их культурной ассимиляции в принимающее общество.

5. Прекращение санкционирования импорта в страну трудовых ресурсов на должности с низкой интеллектоёмкостью и обусловленным этим низким уровнем оплаты труда. В результате чего отечественные предприниматели будут вынуждены идти на компромисс с национальными наёмными работникам и устанавливать им ставки на уровне, стремящемуся к обеспечению воспроизводства рабочей силы. В настоящее время в России наблюдается противоположная ситуация: при практически неограниченном присутствии низкоквалифицированных «гастарбайтеров» на внутреннем

рынке труда, присутствие иностранных работодателей не носит такого же повсеместного характера, тем самым предложение низкоквалифицированной рабочей силы значительно превосходит спрос на неё. Такая ситуация ведёт к феномену так называемого «обедняющего роста».

При условии реализации предлагаемого механизма регулирования международного рынка труда субъект регулирования (мировые институты управления или национальные правительства) уверенно бы встали на путь воспроизводства собственной рабочей силы и развития внутренних рынков отдельных трудовых услуг, а «теоретическая экономика развивалась бы на основе объективного освещения положения стран в системе мировых экономических координат, которое во многом определяется рентным характером международной экономики» [8, с. 274].

Подобные механизмы и связанные с ними комплексы необходимых мер до сих пор не находили реализации в практике регулирования международного рынка трудовых ресурсов со стороны соответствующих мировых институтов. Не применяются они и национальными правительствами с целью повышения стратегической безопасности своих стран. Следует помнить, что развитие собственных, национальных рынков трудовых ресурсов, помимо всего прочего, также ликвидирует и без того существенный дефицит трудовых ресурсов в мировом масштабе.

Отказ от регулирования международного рынка труда стимулирует и реализует конкурентные преимущества стран с низкими расходами на воспроизводство рабочей силы, и потому высококонкурентных по данному параметру стран, в ущерб странам с высокими расходами на воспроизводство трудовых ресурсов. Такая социально-экономическая политика более всего ориентирована в направлении удовлетворения интересов крупного капитала и не обеспечивает воспроизводства и развития населения индивидуальных стран.

Таким образом, концепция регулирования международного рынка труда должна учитывать рентный характер мировой экономики, в том числе и международного рынка труда. **При этом регулирование должно быть тем чётче и обоснованней, чем ниже «интеллектовооружённость» перемещаемых на международном рынке трудовых ресурсов**, поскольку трудовые ресурсы с высокой «интеллектовооружённостью» являются дефицитным «товаром» и их международное перемещение, особенно с целью временного трудоустройства, не способно вызвать таких значительных диспропорций в развитии экономических систем, какие способны вызвать перемещение трудовых ресурсов с низким уровнем интеллектовооружённости.

Литература

1. Гагаринов, В.И. *Россия в мировом процессе движения капитала и труда: учебное пособие* / В.И. Гагаринов. – Киров: АСА, 2007. – 204 с.
2. Глуценко, Г. *Транснационализм мигрантов и перспективы глобального развития* / Г. Глуценко // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2005. – № 12.
3. Климонтович, Н.Ю. *Без формул о синергетике* / Н.Ю. Климонтович. – Минск: Выш. шк., 1986. – 223 с.
4. Лужков, Ю.М. *Развитие капитализма в России. 100 лет спустя: Спор с правительством о социальной политике* / Ю.М. Лужков. – М.: ОАО «Московские учебники и Картолитогрфия», 2005. – 112 с.
5. Львов, Д. *Роль России в гармонизации процессов мирового развития* / Д. Львов // *Свободная мысль XXI*. – 2002. – № 3. – С. 50–60.
6. *Международные экономические отношения: учеб. для вузов* / В.Е. Рыбалкин, Ю.А. Щербанин, Л.В. Балдин и др.; под ред. проф. В.Е. Рыбалкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 605 с.
7. *МОТ о проблемах и перспективах мирового рынка труда* // *БИКИ*. – № 75. – 6 июля 2006.
8. Нусратуллин, В.К. *Неравновесная экономика*. – 2-е изд., доп. / В.К. Нусратуллин – М.: Компания Спутник+, 2006. – 482 с.
9. *Об исследованиях глобального рынка труда и международной миграции* // *БИКИ*. – № 61. – 1 июня 2006.
10. Цапенко, И.П. *Роль иммиграции в экономике развитых стран* / И.П. Цапенко // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2004. – № 5. – С. 27–39.
11. Паршев, А.П. *Почему Россия не Америка* / А.П. Паршев. – <http://www.duel.ru/publish/parshev/why0.htm>

Поступила в редакцию 6 июля 2009 г.

Загуляев Денис Георгиевич. Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и организации производства Воткинского филиала Ижевского государственного технического университета, г. Воткинск. Область научных интересов – организация оплаты труда в условиях рыночной экономики. Контактный телефон: (8-912) 447-29-28.

Zagulyaev Denis Georgievich is Cand.Sc. (Economics), Associate Professor of the Economics and Organization of Production Department of Votkinsk Branch of Izhevsk State Technical University. Research interests: organization of labor remuneration in market economy. Tel: (8-912) 447-29-28.

E-mail: dzagulyaev@threatreduction.net

Региональная экономика

УДК 330.101.54 + 332.142
ББК У012.3 + У049(2)6 + У9(2)-45

РЕАЛИЗАЦИЯ ПОЛИТИКИ ИНФЛЯЦИОННОГО ТАРГЕТИРОВАНИЯ В РОССИИ: ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ УСЛОВИЙ

И.В. Данилова, А.В. Резепин

Статья посвящена региональным особенностям реализации политики инфляционного таргетирования в России. Авторы исследуют проблемы управляемости региональных инфляционных процессов и пространственной специфики функционирования трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики на основе социально-экономических и финансовых показателей субъектов РФ.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, инфляционное таргетирование, трансмиссионный механизм.

Режим инфляционного таргетирования денежно-кредитной политики предполагает: 1) отказ от таргетирования многообразия макроэкономических переменных и концентрацию на ценовых параметрах; 2) публичность национального вектора экономической цели уровня инфляции на среднесрочную перспективу; 3) переход к транспарентному исполнению денежно-кредитной политики; 4) наличие механизма реализации ответственности центрального банка за достижение целевого значения уровня инфляции.

Однако перспективы реализации данной политики определяются не столько обозначенными выше организационно-правовыми условиями, сколько готовностью экономической системы работать в режиме ценового регулирования денежной сферы. Существующая территориальная, ресурсная, инфраструктурная и социально-экономическая неоднородность России являются источниками дифференциации результативности реализации политики инфляционного таргетирования. Соответственно, пространственная организация и региональная специфика политики инфляционного таргетирования заслуживают особого внимания исследователей, что особенно актуально для экономических систем со сложной структурной организацией. В том случае, когда национальная экономическая система имеет относительно автономные территориальные образования (что связано с федеративным государственным устройством) нельзя абстрагироваться от социально-экономических отличий структурных единиц – субъектов федерации. Следовательно, наряду с макроэкономическим анализом агрегированных процессов в рамках национальной экономики, нивелирующим разнообразие, следует идентифицировать и оценивать уровень работоспособности региональных подсистем на предмет определения «узких» мест и возможного снижения эффектив-

ности проведения денежно-кредитной политики. В таком контексте особое значение приобретают: 1) управляемость инфляционного процесса; 2) наличие, на уровне отдельных территорий, региональных механизмов передачи ценовых импульсов денежно-кредитной политики реальному сектору экономики.

Одним из базовых принципов инфляционного таргетирования является положение, согласно которому центральный банк в долгосрочной перспективе способен влиять на величину инфляции [1, с. 12]. В то же время следует учитывать, что структура инфляционного процесса включает разнообразные компоненты, связанные с множеством причин, генерирующих изменение общего уровня цен. Среди компонентов инфляционного процесса принято выделять:

- 1) инфляцию издержек;
- 2) экзогенную инфляцию, связанную с ценами на экспортные и импортные товары;
- 3) инфляционные эффекты, вызываемые бюджетно-налоговой политикой и прежде всего, манипулированием косвенными налогами;
- 4) влияние инфляционных ожиданий или «инфляционной инерцией»;
- 5) прямое влияние процессов денежно-кредитной сферы на темп инфляции.

В условиях режима инфляционного таргетирования центральный банк способен оказывать влияние лишь на инфляционные ожидания и монетарную инфляцию, в то время как отказ от таргетирования валютного курса не позволяет оказывать воздействие на экзогенную инфляцию, а независимость центрального банка ограничивает возможности влияния на инфляционные эффекты бюджетно-налоговой политики. В такой ситуации реальность перехода к режиму инфляционного таргетирования в России зависит от эффективности монетарного механизма управления инфляционным процессом.

Региональная экономика

Природе инфляционного процесса в России посвящено множество исследований, мнения экспертов совпадают в том, что важнейшими факторами, влияющими на уровень инфляции в России, являются инфляционные ожидания и рост денежной массы¹ (рис. 1). На долю экзогенной инфляции приходится 12 % динамики индекса, причем индекс потребительских цен увеличился на 9 % за счет роста мировых цен на сельскохозяйственное сырье и уменьшился на 3 % за счет политики центрального банка, направленной на укрепление рубля. Рост цен производителей определяет 10 % динамики индекса потребительских цен. Положительные перспективы перехода к режиму инфляционного таргетирования связываются с действиями Банка России по снижению инфляционных ожиданий и регулированию денежного предложения посредством изменения пула процентных ставок. В то же время отказ от таргетирования валютного курса с большой долей вероятности приведет к усилению вклада внешнеэкономических факторов в динамику индекса потребительских цен.

Опыт применения инфляционного таргетирования в развитых (Новая Зеландия, Канада, Великобритания, Финляндия и др.) и развивающихся (Чили, Таиланд, ЮАР, Египет и др.) странах позволил подвести теоретическую базу относительно условий и ограничений применения режима, каналов трансмиссии и общей эффективности таргетирования инфляции. В то же время применительно к России следует учитывать ряд факторов:

1) переходный характер экономики и отсутствие опыта рыночного ценообразования в сочетании с многочисленными лагунами рынка в ключевых отраслях реального сектора;

2) сложившуюся инерцию вторичности внутренних процессов по сравнению с внешнеэкономическими приоритетами;

3) существенная территориальная неоднородность, не позволяющая оперировать усредненными

показателями реальных и денежно-кредитных параметров, ограничивающая понимание реальной ситуации и пространственных причин, сдерживающих достижение макроэкономических целей.

Именно последнее обстоятельство, на наш взгляд, незаслуженно игнорируется денежными властями. Среди факторов неэффективности денежно-кредитной политики пространственный разрез для крупных федеративных государств является приоритетным в понимании механизма реализации любого режима. В данном контексте недооцененным является фактор социально-экономической неоднородности российской экономики и пространственная дифференциация темпов роста потребительских цен. Так, в 2006 г. потребительские цены в России выросли на 9 %, при этом в 13 субъектах РФ они увеличились менее чем на 8 % (минимальное значение – 5,5 % в Еврейской АО), а в 9 субъектах РФ инфляция превысила 11 % (максимальное значение – 11,9 % в Якутии) (рис. 2).

Такая дифференциация не может быть объяснена географическими особенностями расположения регионов, транспортной удаленностью или приграничным статусом территории (см. рис. 2). Для аргументации данного тезиса авторами был проведен анализ региональных компонентов инфляционного процесса, которые гипотетически способны влиять на дифференциацию индекса потребительских цен по субъектам РФ. Сфера исследования охватывала анализ основных факторов, генерирующих цены.

Во-первых, определено влияние индекса цен производителей промышленных товаров, индекса цен производителей сельскохозяйственной продукции и индекса цен производителей в строительстве (строительно-монтажные работы).

Во-вторых, проверялся потенциал экзогенной инфляции на основе исследования показателей: а) индекса внешнеторговой открытости, рассчиты-

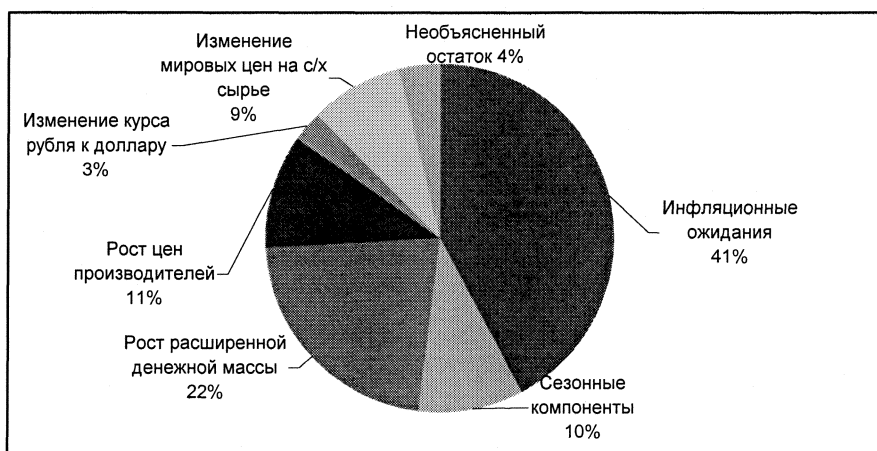


Рис. 1. Вклад отдельных факторов в формирование индекса потребительских цен

¹ По результатам исследования, проведенного Центром макроэкономического анализа Сбербанка России [2, с. 32].

ваемого как отношение суммарного объема регионального экспорта и импорта к валовому региональному продукту (данный показатель характери-

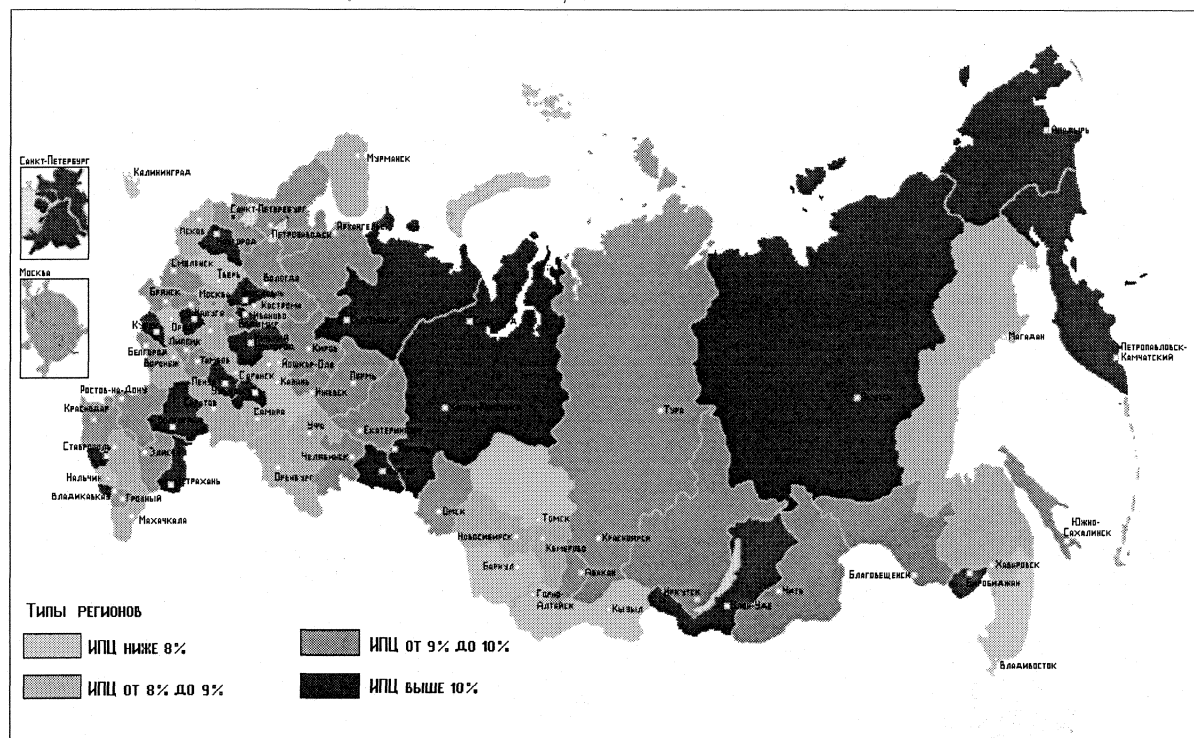


Рис. 2. Дифференциация индекса потребительских цен по субъектам РФ

зует степень зависимости регионов от импортных товаров и экспортной выручки); б) эластичность импорта по валовому региональному продукту² (данный показатель характеризует чувствительность расходов на импорт к изменению валового регионального продукта).

В-третьих, воздействие инерционной инфляции, которая определялась как зависимость индекса потребительских цен в текущем периоде от индекса потребительских цен предшествующего периода.

В-четвертых, влияние монетарных факторов инфляции. В виду отсутствия статистических данных по региональным объемам денежного агрегата M2 и наличности в обращении по субъектам РФ, мы считаем целесообразным введение индекса депозитов, который показывает изменение объема банковских вкладов (депозитов) юридических и физических лиц в рублях, привлеченных кредитными организациями за текущий период.

Анализ данных переменных показал, что между индексами цен производителей, индексом цен в предыдущем периоде, индексом депозитов и индексом потребительских цен в текущем периоде отсутствует линейная зависимость. Единственным

² Расчет эластичности осуществлен по формуле

$$E = \ln \frac{IM_t}{IM_{t-1}} / \ln \frac{GRP_t}{GRP_{t-1}}, \text{ где } E - \text{эластичность импорта}$$

по валовому региональному продукту; IM_t – объем импорта в периоде t ; IM_{t-1} – объем импорта в периоде $t-1$; GRP_t – валовой региональный продукт в периоде t ; GRP_{t-1} – валовой региональный продукт в периоде $t-1$.

значимым параметром можно считать уровень эластичности импорта по валовому региональному продукту.

Результаты расчетов использованы для проведения кластерного анализа (рис. 3), который проводился по двум параметрам: эластичности импорта и индексу внешнеторговой открытости. В результате было выделено четыре кластера.

В первый кластер вошли регионы, обладающие максимальной зависимостью от внешнеэкономических факторов, для них характерны высокая доля внешней торговли и высокая чувствительность импорта к изменению ВРП. Регионы характеризуются более низким, по сравнению с остальными субъектами РФ, значением индекса потребительских цен (в среднем на 0,5 п.п.).

Второй кластер характеризуется меньшей чувствительностью импорта к изменению ВРП, притом, что доля внешней торговли в ВРП высокая. Для указанных регионов характерны наиболее высокие значения индекса потребительских цен, что может быть объяснено высокой долей импортной продукции и ростом мировых цен на сельскохозяйственное сырье, которые оказывают существенное влияние на инфляционный процесс.

Третий кластер включает регионы, наименее зависимые от внешней торговли. Четвертый – характеризуется низким показателем внешнеторговой открытости, но высокой динамикой роста расходов на импорт.

В целом инфляция в первом и четвертом кластере ниже, чем во втором и в третьем (табл. 1), что дает нам основания утверждать, что на диффе-

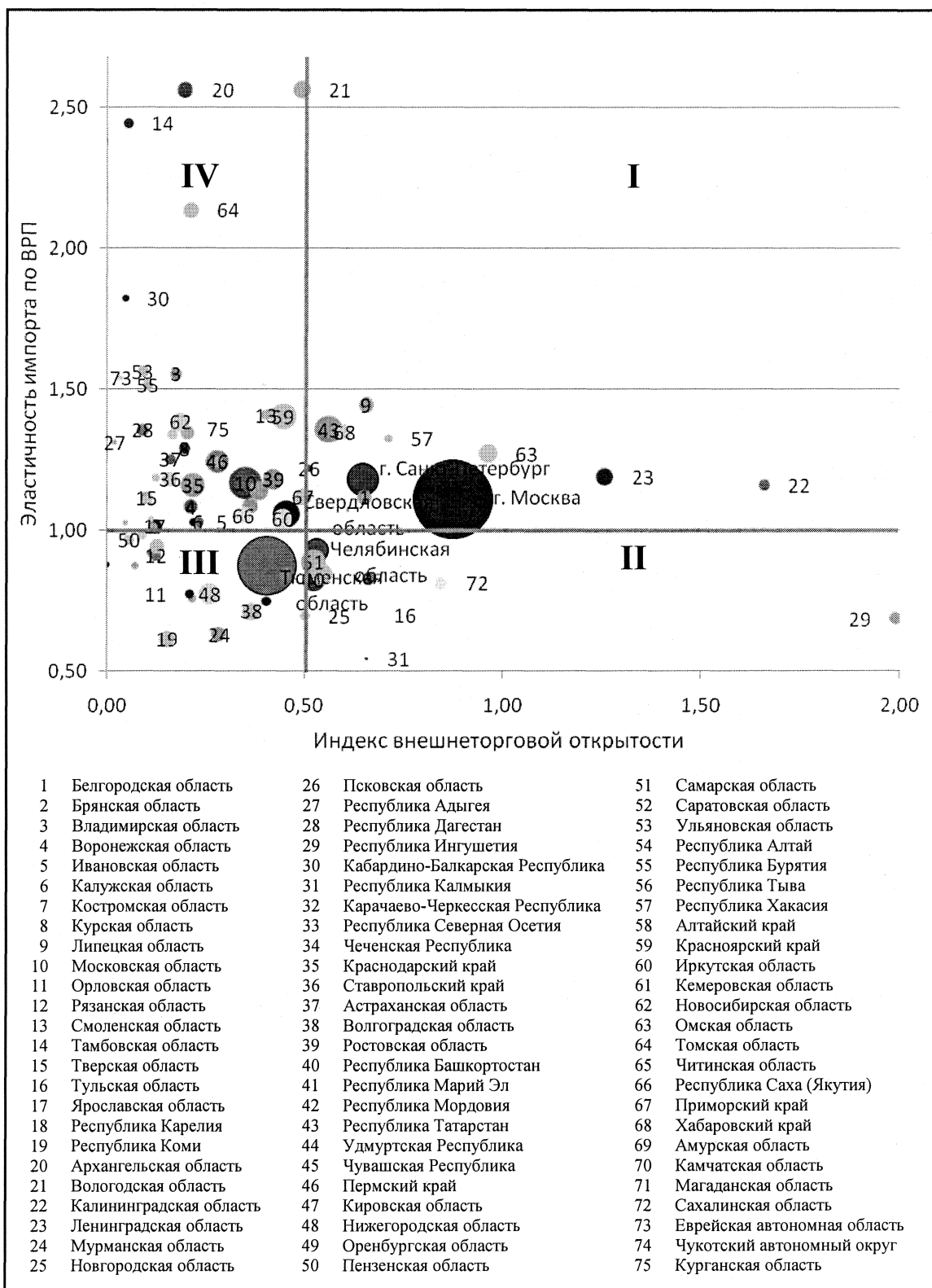


Рис. 3. Графическое представление кластерного анализа субъектов РФ по степени зависимости от внешнеэкономических факторов

ренциацию ИПЦ по субъектам РФ оказывает влияние чувствительность региональных экономических систем к динамике обменного курса рубля, укрепление которого в 2006 г. позволило ряду субъектов РФ добиться более низких значений индекса потребительских цен.

Ограниченность официальных статистических данных не позволяет выявить все движущие силы региональных инфляционных отличий, но влияние экзогенной инфляции на неоднородность региональных инфляционных процессов – очевидно.

В такой ситуации переключение на режим инфляционного таргетирования и отказ от таргетирования валютного курса рубля приведет к усилению пространственной неравномерности инфляционного процесса в субъектах РФ. Соответственно, логичной является гипотеза о том, что неоднородность характерна не только компонентному набору региональной инфляции, но и каналам трансмиссионного механизма инфляционного таргетирования в субъектах РФ.

Возможность формирования и эффективного применения режима инфляционного таргетирования в странах, имеющих такую высокую пространственную дифференциацию, как Россия, определяется способностью территориальной денежно-кредитной сферы аккумулировать импульсы центрального банка, обеспечить интересы экономических субъектов и изменить их выбор таким образом, чтобы в реальном секторе экономики страны в условиях каждого региона наблюдались изменения, соответствующие целям денежно-кредитной политики. Иными словами, все зависит от наличия работоспособных каналов денежно-кредитной трансмиссии. Передаточный механизм инфляционного таргетирования включает широкий набор каналов, в том числе канал инфляционных ожиданий. Преимущество развитого неформального института инфляционных ожиданий позволяет оказывать значительное воздействие на экономическую активность «малыми» средствами, а так же существенно снижает риски экономических агентов [3, с. 242].

Режим инфляционного таргетирования основан на регулировании ценовых характеристик ликвидности. Операционной целью выступают краткосрочные процентные ставки, их эффективность в качестве «запускающей» переменной определяется следующими обстоятельствами:

- в экономике сложилась открытая развитая финансовая система с высокой конкуренцией;
- финансовые обязательства составляют большую часть валового внутреннего продукта;
- фирмы и домохозяйства вовлечены в операции на финансовых рынках;
- расширение деятельности предприятия осуществляется преимущественно за счет внешних инвестиционных источников;
- в экономике широко распространены потребительские кредиты и кредитные карты.

Таблица 1
Средние значения ИПЦ по кластерам

| Кластер | Число субъектов РФ | Среднее значение ИПЦ |
|---------|--------------------|----------------------|
| I | 12 | 1,088 |
| II | 10 | 1,096 |
| III | 16 | 1,093 |
| IV | 42 | 1,091 |

При этом неоднородность региональных финансовых рынков оказывает влияние на эффективность трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики. Оценить степень дифференциации и работоспособность региональных трансмиссионных каналов инфляционного таргетирования опосредованно можно на основе социально-экономических показателей, которые для целей исследования сгруппированы авторами в два блока.

1. Показатели, характеризующие доступность финансовых услуг и интеграцию региональной банковской системы в национальную. Эта группа, на наш взгляд, может характеризовать сформированность предпосылок перехода к режиму инфляционного таргетирования со стороны денежно-кредитного сектора экономики. В данную группу включены показатели, представленные в табл. 2.

2. Показатели кредитной активности населения и юридических лиц, а также показатели структуры производственного сектора экономики региона, позволяющие идентифицировать дифференциацию регионов с позиции сформированности предпосылок инфляционного таргетирования в реальной сфере территориальных подсистем национальной экономики. Показатели этой группы представлены в табл. 3.

Авторами проведен кластерный анализ по двум направлениям. По показателям доступности финансовых услуг субъекты РФ были разделены на кластеры группы А, а по показателям кредитной активности – кластеры группы В.

Кластерный анализ осуществлен с помощью программного пакета SPSS (метод кластеризации – метод Варда, расчет интервалов осуществлен по методу квадрата Евклидова расстояния). Анализ сформированности региональных денежно-кредитных условий выявил целесообразность исследования четырех кластеров группы А. Средние значения для каждого представлены в табл. 4. Взаиморасположение кластеров с точки зрения сформированности предпосылок инфляционного таргетирования в денежно-кредитной сфере определялось, исходя из предположения о том, что наилучшие кластеры характеризуются наименьшими значениями показателей K_1 , K_2 , K_4 и наибольшими значениями показателей K_3 , K_5 и K_6 .

По каждому параметру присваивались баллы, кластер с лучшим значением показателя получал 5 баллов, второй по значению – 3 балла, третий – 2

Таблица 2

Показатели доступности финансовых услуг

| Обозначение | Показатель |
|-------------|--|
| K1 | Количество человек, приходящихся на одну кредитную организацию, зарегистрированную в регионе |
| K2 | Количество человек, приходящихся на одну кредитную организацию, зарегистрированную в регионе и филиалы кредитных организаций, зарегистрированных в других регионах |
| K3 | Среднедушевой размер пассивов кредитных организаций, зарегистрированных в регионе |
| K4 | Количество человек, приходящихся на одну кредитную организацию – контрагента Банка России по кредитным операциям, зарегистрированную в регионе |
| K5 | Доля кредитных организаций – контрагентов Банка России по кредитным операциям в общей численности кредитных организаций |
| K6 | Отношение кредитов, депозитов и иных средств, полученных от других банков к объему пассивов кредитных организаций, зарегистрированных в регионе |

Таблица 3

Показатели кредитной активности

| Обозначение | Показатель |
|-------------|--|
| K7 | Доля потребительских кредитов в расходах домохозяйств |
| K8 | Среднедушевая задолженность по кредитам |
| K9 | Эластичность кредитной задолженности по доходам |
| K10 | Доля привлеченных средств в инвестициях в основной капитал |
| K11 | Доля банковских кредитов в инвестициях в основной капитал |
| K12 | Доля вложений в акции в активах кредитных организаций, зарегистрированных в данном регионе |
| K13 | Доля малых предприятий в общем числе предприятий и организаций |
| K14 | Отношение оборота малых предприятий к суммарному обороту розничной и оптовой торговли |

балла, четвертый – 1 балл. Затем баллы суммировались по каждому кластеру. В результате кластер 1А характеризуется наилучшими показателями с точки зрения доступности финансовых услуг и развития банковской системы, соответственно кластер 4А – наихудшими.

Второе направление анализа в контексте сформированности условий реального сектора позволило выделить пять кластеров (группа В). В данном случае наилучшими считались кластеры с максимальными значениями всех показателей. Наихудшему из пяти кластеров по каждому параметру присваивалось 0 баллов. В результате кластер 1В характеризуется лучшими показателями с точки зрения структуры производственного сектора, кредитной активности предпринимателей и домохозяйств. Средние значения показателей для кластеров группы В представлены в табл. 5. В целом, по всем параметрам распределение баллов достаточно равномерно, однако из общей картины

выбивается кластер 5В. По параметрам K9 и K10 он имеет максимальные значения, тогда как по остальным параметрам он существенно уступает другим кластерам. На наш взгляд, это вызвано тем, что основу данного кластера составляют депрессивные регионы, а высокое значение параметров указывает скорее на отсталость субъектов РФ. Так высокая эластичность кредитной задолженности по доходам, вероятно, свидетельствует о ненасыщенности спроса на кредиты, а высокая доля привлеченных средств в инвестициях в основной капитал – об отсутствии внутренних источников финансирования.

Работоспособность трансмиссионного механизма и успешность режима инфляционного таргетирования определяется сочетанием благоприятных условий как в денежно-кредитной, так и реальной сферах. На рис. 4 представлена матрица кластеров, которая отражает принадлежность субъектов РФ к кластерным группам А и В, и дает представление

Таблица 4

Средние значения показателей для кластеров группы А

| Кластер | Число субъектов РФ | Показатели | | | | | |
|---------|--------------------|------------|-------|-------|------|------|-------|
| | | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 |
| 1А | 34 | 174 | 33,9 | 37815 | 974 | 11,1 | 0,038 |
| 2А | 18 | 289 | 35,9 | 9052 | 554 | 57,3 | 0,146 |
| 3А | 13 | 277 | 37,7 | 3784 | 3451 | 1,1 | 0,027 |
| 4А | 15 | 802 | 132,5 | 3052 | 2970 | 6,4 | 0,036 |


Таблица 5


Средние значения показателей для кластеров группы В

| Кластер | Число субъектов РФ | Показатели | | | | | | | |
|---------|--------------------|------------|-------|-------|------|------|-----|------|-------|
| | | K7 | K8 | K9 | K10 | K11 | K12 | K13 | K14 |
| 1В | 19 | 15,9 | 14156 | 1,424 | 52,7 | 8,5 | 2,5 | 25,1 | 0,432 |
| 2В | 11 | 11,6 | 9274 | 1,483 | 73,5 | 17,6 | 1,7 | 29,7 | 0,460 |
| 3В | 10 | 13,1 | 11426 | 1,371 | 59,7 | 7,6 | 0,5 | 21,7 | 0,686 |
| 4В | 30 | 11,3 | 8449 | 1,379 | 58,4 | 11,3 | 0,6 | 21,1 | 0,399 |
| 5В | 10 | 10,0 | 6313 | 2,295 | 87,0 | 1,7 | 0,0 | 14,7 | 0,375 |

| | 1А | 2А | 3А | 4А |
|-----------|---|---|--|---|
| 1В | Нижегородская обл., Тюменская обл., Челябинская обл. (9) | Красноярский край, Свердловская обл., Новосибирская обл. (5) | Архангельская обл., Томская обл., Чувашская респ. (4) | Респ. Бурятия (1) |
| 2В | г. Москва, г. Санкт-Петербург, Сахалинская обл. (4) | Ростовская обл., Воронежская обл., Респ. Хакасия (4) | Белгородская обл. (1) | Пензенская обл., Респ. Мари Эл (2) |
| 3В | Волгоградская обл., Калининградская обл., Магаданская обл. (3) | Калужская обл., Мурманская обл. (2) | Краснодарский кр., Алтайский край, Иркутская обл. (3) | Респ. Башкортостан, Респ. Карелия (2) |
| 4В | Респ. Татарстан, Тверская обл., Курганская обл. (11) | Респ. Саха, Владимирская обл., Волгоградская обл. (7) | Пермский край, Рязанская обл., Тульская обл. (6) | Московская обл., Брянская обл., Ленинградская обл. (6) |
| 5В | Респ. Алтай, Респ. Ингушетия, Респ. Тыва (7) | – (0) | Респ. Дагестан (1) | Чеченская респ., Читинская обл. (2) |

(2) – число субъектов РФ;

 – «лидеры» (18)

 – «аутсайдеры» (27)

 – «среднее звено» (26)


 – «зона особого внимания» (9)

Рис. 4. Матрица кластеров субъектов РФ

относительно общей специфики регионов. В наиболее выгодное положение у регионов, вошедших одновременно в кластеры 1А и 1В. Достаточно высокими показателями отличаются регионы, принадлежащие к кластерам 1А–2В и 2А–1В. Указанные сочетания образуют группу «лидеров», она включает в себя 18 субъектов РФ (см. рис. 4). Для данных регионов характерна высокая доступность финансовых услуг и вовлеченность домохозяйств и фирм в кредитные операции и операции с ценными бумагами, что косвенно указывает на наличие работающих каналов трансмиссионного механизма инфляционного таргетирования.

По аналогичному принципу нами были выделены регионы «среднего звена» (26 субъектов РФ), «регионы-аутсайдеры» (27 субъектов РФ) и субъекты РФ, входящие в «зону особого внимания» (9 субъектов РФ). Регионы «среднего звена», чаще всего, характеризуются наличием одной развитой сферы, в случае Республики Татарстан это наличие развитой банковской системы, в случае Архангельской обл. – высокая зависимость и качественная структура заемщиков. «Регионы-аутсайдеры» не обладают качественными преимуществами, что не позволит им адекватно и в полном объеме воспринимать импульсы денежно-кредитной политики, данные регионы нуждаются в существенном внимании со стороны федерального правительства. В «зоне особого внимания» находятся 9 субъектов РФ, в том числе Московская и Ленинградская области. На наш взгляд, попадание указанных субъектов РФ определяется отсутствием крупных экономических центров внутри регионов. Соседство с Москвой и Санкт-Петербургом, с одной стороны, отвлекает ресурсы и инфраструктуру из указанных областей, с другой – дает возможность экономическим агентам воспользоваться ресурсами и инфраструктурой городов федерального значения. Оставшиеся регионы «зоны особого внимания» (Респ. Дагестан, Чеченская Респ.) имеют крайне низкий уровень социально-экономического развития, данные субъекты РФ на момент исследования не имеют условий для эффективной абсорбции импульсов монетарной политики.

При проведении кластерного анализа мы руководствовались предположением о том, что представленная система социально-экономических показателей косвенно свидетельствует о мере чувствительности региональных экономических систем к изменениям в монетарной политике. Для подтверждения данного предположения нами было проведено регрессионное исследование для некоторых регионов, входящих в различные группы. Нас интересовала зависимость регионального сегмента денежного предложения от ставки рефинансирования Банка России. Ввиду отсутствия статистики по емкости денежного агрегата М1 в региональном контексте, мы использовали показатель объема депозитов физических лиц и вкладов юридических лиц, привлеченных кредитными организациями в регионе.

Результаты анализа представлены в табл. 6. «Регионы-лидеры» и регион «среднего звена» (Челябинская область, г. Москва и Ростовская область) наилучшим образом описываются уравнением, содержащим переменную с лагом в два квартала, при этом коэффициенты при ставке рефинансирования значимы на основании t-статистики, а остатки имеют нормальное распределение. Коэффициент детерминации (R-Squared) снижается по мере перехода от более развитых регионов к менее развитым. Исследованный в группе «регионов-аутсайдеров» Краснодарский край описывается уравнением с лагом в три квартала, коэффициент при ставке рефинансирования также значим на основании t-статистики, остатки имеют нормальное распределение. Выбранный для анализа регион из «зоны особого внимания» (Брянская область), как мы и предполагали, оказался невосприимчив к импульсам ДКП, его уравнение регрессии и коэффициенты незначимы, а найденная зависимость не соответствует теоретическим закономерностям.

Таким образом, исследование позволило подтвердить правомерность постановки проблемы о существовании пространственной специфики реализации режима инфляционного таргетирования, следовательно, при разработке государственной денежно-кредитной политики закономерным является вопрос о включении регионального

Таблица 6
Чувствительность регионального денежного предложения к изменениям ставки рефинансирования

| Субъект РФ | Кластерная группа | Коэффициент детерминации | Уравнение | Лаг, месяцев |
|--------------------|-------------------|--------------------------|------------------------------------|--------------|
| Челябинская обл. | 1А – 1В | 0,608 | $Depo_t = 1,793 - 0,723 Ref_{t-2}$ | 6 |
| г. Москва | 1А – 2В | 0,582 | $Depo_t = 1,345 - 0,201 Ref_{t-2}$ | 6 |
| Ростовская обл. | 2А – 2В | 0,562 | $Depo_t = 1,276 - 0,192 Ref_{t-2}$ | 6 |
| Краснодарский край | 3А – 3В | 0,461 | $Depo_t = 1,212 - 0,203 Ref_{t-3}$ | 9 |
| Брянская обл. | 4А – 4В | 0,091 | $Depo_t = 0,760 + 0,413 Ref_{t-3}$ | 9 |

$Depo_t$ – индекс роста депозитов физических лиц и вкладов юридических лиц за квартал t ; Ref_{t-2} – индекс роста ставки рефинансирования за квартал $t-2$; Ref_{t-3} – индекс роста ставки рефинансирования за квартал $t-3$.

компонента в структуру мер по реализации режима инфляционного таргетирования в российской экономике.

Литература

1. Улюкаев, А.В. Таргетирование инфляции и обменный курс / А.В. Улюкаев, М.В. Куликов // *Банковское дело*. – 2008. – № 5.

2. Юдаева, К.В. Макроэкономический обзор: инфляция / К.В. Юдаева, Н. Иванова // *Банковское дело*. – 2008. – № 5.

3. Моисеев, С.Р. Денежно-кредитная политика: теория и практика / С.Р. Моисеев. – М.: *Экономистъ*, 2005. – 652 с.

Поступила в редакцию 22 июня 2009 г.

Данилова Ирина Валентиновна. Доктор экономических наук, и.о. профессора кафедры «Экономическая теория и мировая экономика» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – макроэкономическая политика в транзитивных экономических системах, бюджетное регулирование в государствах федеративного типа, институциональные изменения в кредитно-финансовой системе России. Контактный телефон: (8-351) 267-93-32

Danilova Irina Valentinovna is Dr.Sc. (Economics), Acting Professor of the Economics and International Economics Department of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: macroeconomic policy within transitive economic systems, budgetary regulation of the federal type states, institutional changes of the credit and finance system of Russia. Tel: (8-351) 267-93-32.

Резепин Александр Владимирович. Аспирант кафедры «Экономическая теория и мировая экономика» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – компаративистика экономических систем, денежно-кредитная политика. Контактный телефон: +79227073465. E-mail: alex_frey@mail.ru.

Rezepin Alexander Vladimirovich is post-graduate student of the Economics and International Economics Department of South Ural State University, Chelyabinsk. Professional interests: comparativistics of economic systems, monetary management. Tel: +79227073465. E-mail: alex_frey@mail.ru.

УДК 658. 51: 005. 5
ББК 65.291.218-211

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА

В.В. Колочева, В.А. Титова

Статья посвящена проблеме формирования устойчивого развития предприятия. Авторами рассмотрены виды устойчивости, проанализированы функции управления и показано их влияние на устойчивость предприятия. В статье авторы предлагают использовать процессный подход как инструмент для реализации стратегии устойчивого развития предприятия.

Ключевые слова: устойчивость, предприятие, процессный подход, функции управления, развитие.

Переход отечественной промышленности к рыночным отношениям обусловлен необходимостью решения множества проблем, среди которых выделяется проблема формирования устойчивого развития предприятий, которое необходимо для дальнейшего существования как мирового сообщества, так и отдельно взятого предприятия.

Одной из общепринятых трактовок этого термина является определение, предложенное Всемирной комиссией по окружающей среде и развитию: «Устойчивое развитие – это развитие, которое способствует удовлетворению потребностей нынешнего поколения без уменьшения возможностей будущих поколений удовлетворять их собственные потребности» [1]. Основными составляющими концепции устойчивого развития являются экологическая безопасность и социально-экономическая устойчивость.

Устойчивое развитие является комплексной категорией, отражающей многие стороны деятельности предприятия. Суть устойчивого развития предприятия состоит в том, чтобы в длительном периоде времени обеспечивались высокие показатели социального, экономического и экологического характера.

Рассматривая проблемы устойчивого развития, можно сделать вывод, что исследование в данной области ведется достаточно интенсивно. И, несмотря на экологическую ориентацию, основное внимание исследователей сосредоточено на финансовых и экономических аспектах.

В большем экономическом словаре под редакцией Азрилияна А.Н. [2] приводится следующее определение: «Предприятие устойчивое – это юридическое лицо, у которого структура состояния активов и обязательств такова, что при всех нормальных условиях выручка от продажи или использования активов достаточна для покрытия всех обязательств». В статье Романцова А. [3] устойчивость промышленного предприятия опреде-

ляется как способность системы управления обеспечивать функционирование предприятия под влиянием внешних и внутренних факторов в состоянии равновесия и возвращать его в данное состояние после незначительных отклонений. В современном экономическом словаре [4] устойчивость предприятия определяют как финансовое состояние предприятия, хозяйственная деятельность которого обеспечивает в нормальных условиях выполнение всех обязательств перед работниками, другими организациями, государством благодаря достаточным доходам и соответствию доходов и расходов. Медведев В.А. [5] дает следующее определение: «устойчивое функционирование предприятия – это способность сохранять объемы реализации продукции длительный период времени при различных изменениях потребительского спроса на рынке производителей».

Проанализировав данные определения, можно сказать, что устойчивость предприятия – это такое состояние экономических, финансовых ресурсов, которое обеспечивает стабильную прибыльность, выполнение всех обязательств перед заинтересованными сторонами и нормальные условия для производственной деятельности в длительной перспективе с учетом важнейших внешних и внутренних факторов, а устойчивое развитие предприятия – это развитие, которое способствует обеспечению в длительной перспективе роста экономических, финансовых, экологических и социальных показателей при различных изменениях внутренних и внешних факторов.

На основе изучения материалов и публикаций по данной теме мы пришли к выводу, что устойчивость предприятия достигается в процессе управления такими видами устойчивости (рис. 1), как экономическая, финансовая, социальная и экологическая и представляет собой взаимосвязь этих видов. Поэтому при разработке мероприятий по достижению устойчивого развития необходимо

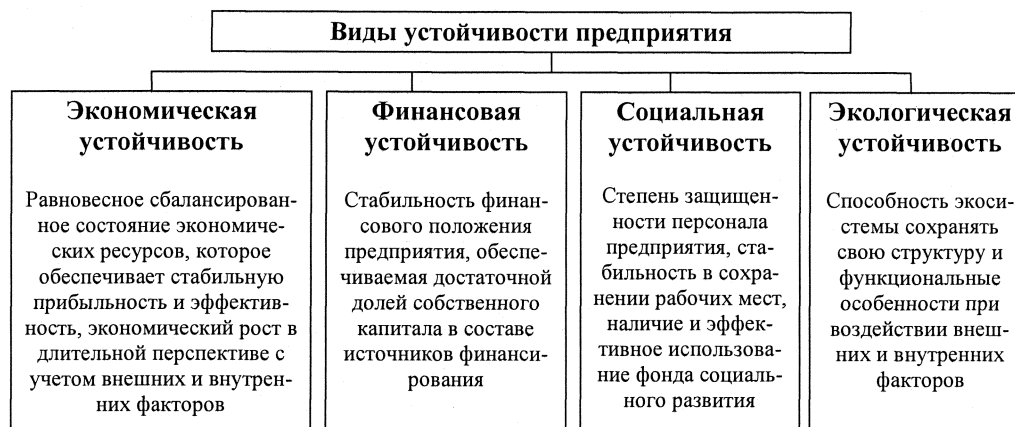


Рис. 1. Виды устойчивости предприятия

учитывать, рассматривать и анализировать все четыре составляющие, так как они взаимозависимы, и изменения, происходящие с каким либо одним видом, сказываются на других.

Таким образом, для реализации стратегии устойчивого развития, учитывающей вопросы экономики, экологии, безопасности и социальной политики, современному предприятию необходимо иметь отлаженную, эффективную систему управления своей деятельностью, для чего требуются методические и организационные подходы.

Так, для выполнения целей предприятия и удовлетворенности всех заинтересованных сторон многие предприятия реализуют функции управления на основе процессного подхода, который рассматривает общие функции управления (стратегический маркетинг, планирование, организацию, учет, контроль, мотивацию, регулирование) как взаимосвязанные.

В стандарте ГОСТ Р ИСО 9000:2001 [6] сказано, что «любая деятельность или комплекс деятельности, в которой используются ресурсы для преобразования входов в выходы, может рассматриваться как процесс. Чтобы результативно функционировать, организации должны определять и управлять многочисленными взаимосвязанными и взаимодействующими процессами. Часто выход одного процесса образует непосредственно вход следующего. Систематическая идентификация и менеджмент применяемых организацией процессов и, прежде всего обеспечения их взаимодействия могут считаться «процессным подходом».

Обратимся к определению и сущности понятия «процесс». В научно-технической и экономической литературе встречаются различные подходы к определению данного понятия. В работе М. Хаммера и Д. Чампи [7] он определяется как «совокупность различных видов деятельности, в рамках которой на входе используется один или более видов ресурсов, и в результате этой деятельности на выходе создается продукт, представляющий ценность для потребителя». В монографии

М. Робсона, Ф. Уллаха [8] бизнес-процесс определяется как «поток работы, переходящий от одного человека к другому, а для больших процессов, вероятно, от одного отдела к другому. Процессы можно описать на разных уровнях, но они всегда имеют начало, определенное количество шагов посередине и четко очерченный конец».

На рис. 2 представлена модель процесса, где входами и выходами являются материальные, финансовые и информационные потоки. Функционирование процесса осуществляется на основе необходимых ресурсов и управляющих воздействий.

Таким образом, процесс представляет собой определенную совокупность действий, направленных на преобразование ресурсов в результаты, которые выступают в виде продукции, услуг, информации. Рассмотрение организации как системы убеждает в том, что каждое предприятие представляет собой совокупность процессов, отсутствие которых означает, что предприятие не функционирует должным образом [9].

Сегодня перед предприятиями стоит ряд задач, которые они должны выполнять – это соблюдение интересов и законов государства и его граждан; сохранность окружающей среды, повышение эффективности производства и выполнение требований в области социальной ответственности. В связи с этим одним из подходов является модель управления (рис. 3), опирающаяся на достижения теории и практики современного менеджмента, отечественный и зарубежный опыт в планировании и управлении производством. Выполнение требований осуществляется через функции управления на основе процессного подхода. Устойчивость предприятия оценивается с помощью показателей результативности и эффективности процессов и системы в целом. На основе проведенной оценки принимаются решения по совершенствованию деятельности, одним из инструментов которого является процессный бенчмаркинг.

Подход к управлению как к процессу определяет управление как процесс, в котором деятель-



Рис. 2. Модель процесса

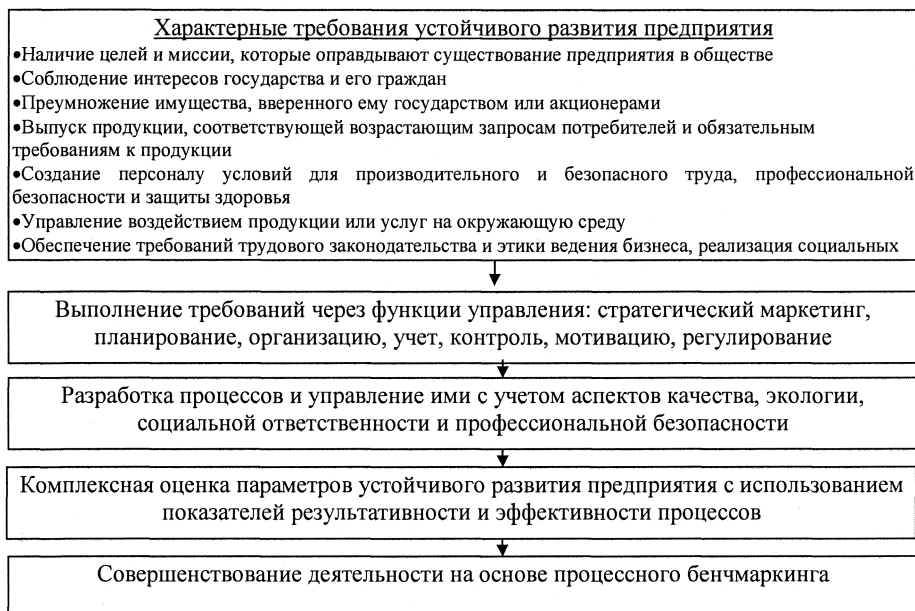


Рис. 3. Реализация стратегии устойчивого развития на основе процессного подхода

ность, направленная на достижение целей организации, рассматривается не как единовременное действие, а как серия непрерывных взаимосвязанных действий – функций управления [10].

На практике процесс управления обычно представлен следующими функциями: маркетингом, планированием, организацией, контролем, мотивацией. Эти функции объединены связующими процессами коммуникации и принятия решений. Руководство рассматривается как самостоятельная деятельность. Оно предполагает возможность влияния на отдельных работников и группы таким образом, чтобы они работали в направлении достижения целей, что необходимо для успеха организации [10].

Основные функции управления влияют на устойчивость предприятия в силу своих основных

видов деятельности и под влиянием различных факторов (рис. 4). Проанализировав эти функции, мы пришли к выводу, что наибольшее влияние на устойчивость предприятия оказывает функция управления «Организация».

Функционирование процессов происходит по замкнутому управленческому циклу Шухарта–Деминга (рис. 5), который показывает порядок деятельности по функционированию и постоянно-му улучшению качества процессов и деятельности.

Более подробно рассмотрим функцию управления «Организация», так как на устойчивость предприятия она оказывает существенное влияние, процессы которой подразделяются на основные, обеспечивающие и управленческие (рис. 6).

Подход к классификации всего множества процессов, происходящих в организации, базиру-

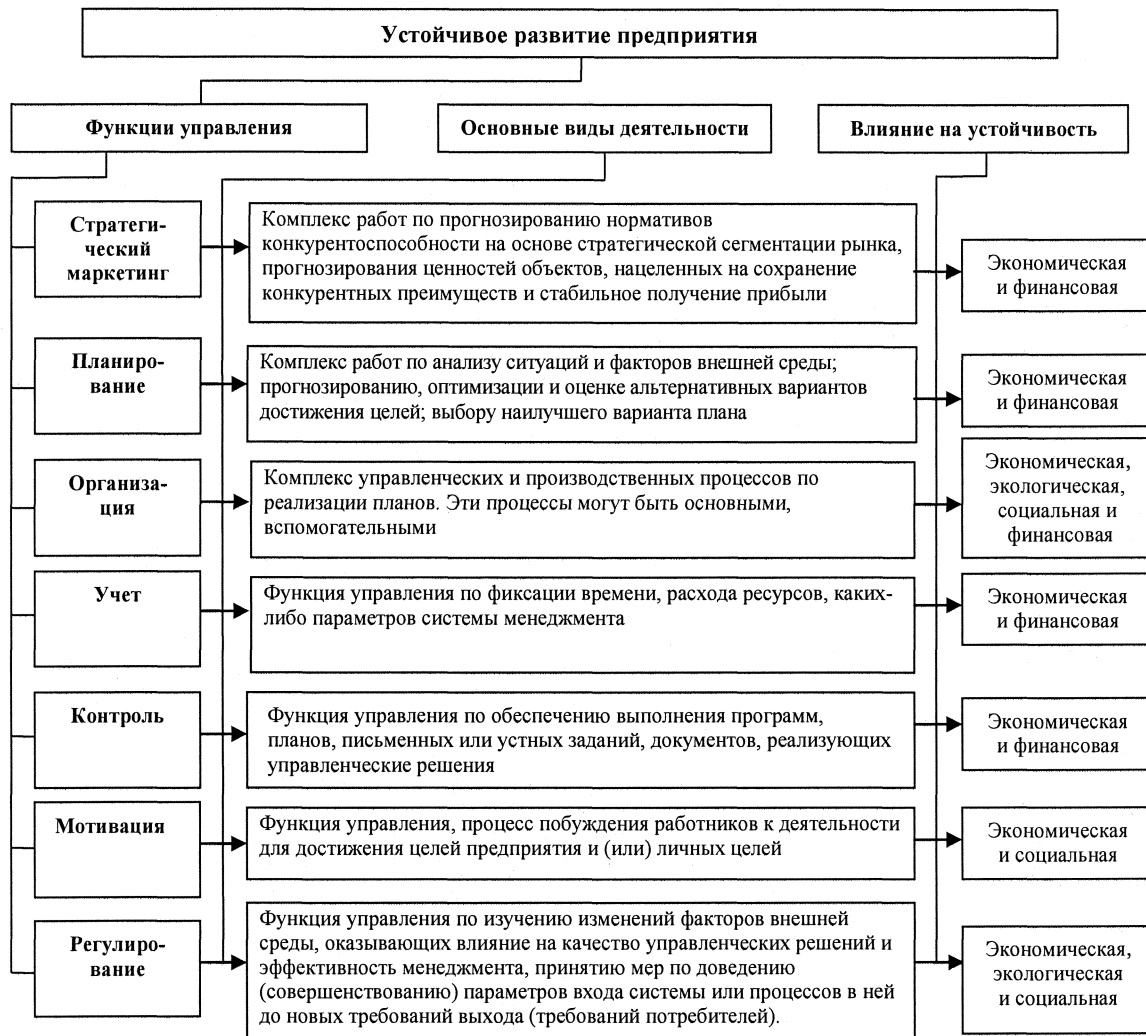


Рис. 4. Влияние функций управления на устойчивость предприятия

ется на их роли в создании новых ценностей. В соответствии с этим критерием процессы подразделяются на три группы [9]:

- основные включают все виды работ, непосредственно связанные с производством продукции или услуг и обеспечивающие жизнедеятельность организации;
- обеспечивающие, задачей которых является поддержание основных процессов с позиций их непрерывности и экономичности;
- управленческие включают работы по установлению целей и направлений первых двух групп процессов.

Процессы реализуют функции предприятия, под которыми понимаются различные виды деятельности. Функции связаны с показателями деятельности предприятия, образующими систему показателей оценки результативности и эффективности выполнения процессов.

Деятельность процессов должна оцениваться и анализироваться для принятия адекватных управленческих решений, для чего должна быть

разработана методика оценки результативности и эффективности на основе критериев, чтобы заметить произошедшие перемены в деятельности предприятия, определить степень реализации запланированных задач и достижения запланированных результатов, выбрать наиболее рациональный способ совершенствования деятельности.

Для того чтобы управлять процессами, необходимо выбрать и обосновать количественные критерии оценки результативности на основе требований заинтересованных сторон и специфики предприятия.

Система критериев должна периодически пересматриваться для повышения эффективности ее использования и отражения результативности деятельности организации.

На основании полученного результата, владельцы процессов приступают к разработке корректирующих или предупреждающих действий, мероприятий по улучшению с последующим контролем и анализом выполнения.

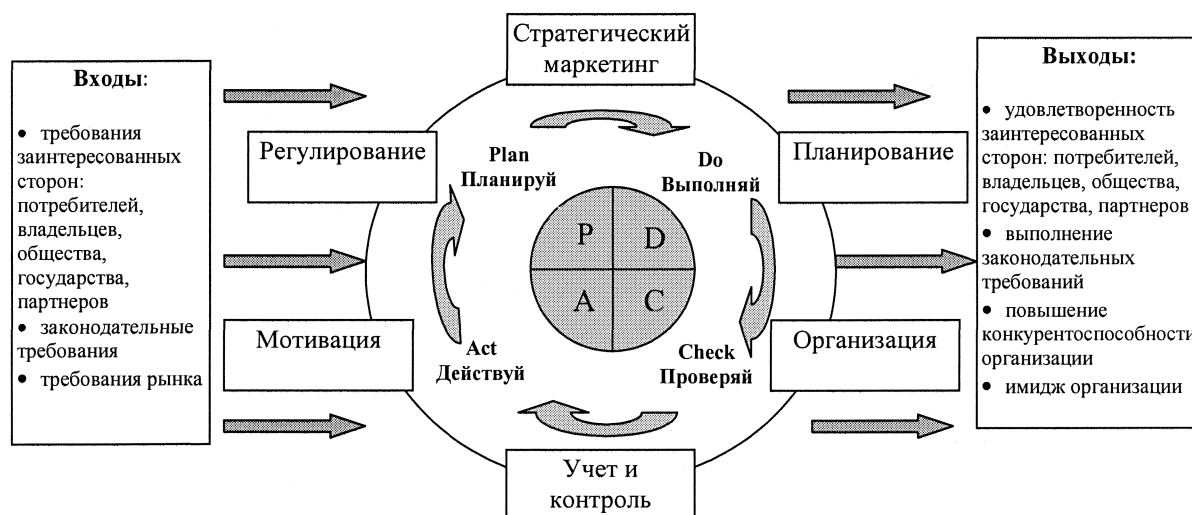


Рис. 5. Функционирование процессов на предприятии



Рис. 6. Процессы, входящие в состав функции управления «Организация»

Если проблема несложна, а ситуационные факторы ясны и управляемы, процесс принятия решений может быть достаточно прост и скор. В этом случае после уяснения проблемной ситуации принимается решение, которое оказывает на нее прямое воздействие и приводит объект в состояние, соответствующее заданному. Если проблемная ситуация не так очевидна, а ее решение неоднозначно, то процесс принятия решений требует моделирования, которое позволяет определить этапы, процедуры и методы решения.

В случаях, если произошло значительное отклонение, возможно применение процессного бенчмаркинга, представляющего собой поиск организаций, имеющих лучшие достижения в той или иной сфере деятельности, для их детального

исследования. Изучение лучших процессов заключается в осознании механизма функционирования интересующего процесса, нежели в сравнении его показателей с результатами аналогичного процесса в своей организации. Знания, получаемые в процессе эталонного сопоставления, адаптируются и внедряются в собственные процессы организации.

Таким образом, обеспечение устойчивого развития предприятия – это достижение систем целей (социальных, экономических, финансовых, технических и экологических) на основе последовательного осуществления принципа ответственности перед обществом, государством, работниками и потребителями. Для обеспечения и повышения устойчивости предприятия может использоваться про-

цессный подход, способствующий интенсивному развитию интеграционных процессов как внутри предприятия, так и с внешней средой, усиливая сотрудничество субъектов управления, их объединение и взаимодействие.

Литература

1. Экономика окружающей среды и природных ресурсов. Вводный курс: учебное пособие / под ред. А.А. Голуба, Г.В. Сафонова. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 268 с.

2. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.

3. Романцов, А.Н. Проблемы неравновесности в управленческом промышленном предприятии / А.Н. Романцов // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2002. – № 4.

4. Райзенберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзенберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 480 с.

5. Медведев, В.А. Глобализация экономики: тенденции и противоречия / В.А. Медведев // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 2. – С. 3–10.

6. ГОСТ Р ИСО 9000-2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь».

7. Хаммер, М. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005. – 288 с.

8. Робсон, М. Реинжиниринг бизнес-процессов: практическое руководство / М. Робсон, Уллах Ф.; пер. с англ. Н.Д. Эриашивили. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 222 с.

9. Управление организацией: учебник / под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2005. – 716 с.

10. Герчикова, И.Н. Менеджмент: учебник для вузов / И.Н. Герчикова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 511 с.

Поступила в редакцию 12 мая 2009 г.

Колочева Влада Владимировна. Ассистент кафедры теории рынка Новосибирского государственного технического университета. Область научных интересов – устойчивое развитие промышленных предприятий. Контактный телефон: (8-383) 346-31-72.

Kolochyova Vlada Vladimirovna is assistant of the Market Theory Department of Novosibirsk State Technical University. Research interests: sustainable development of industrial enterprises. Tel: (8-383) 346-31-72.

Титова Валентина Алексеевна. Доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой теории рынка, декан факультета бизнеса Новосибирского государственного технического университета. Область научных интересов – теоретические и методологические принципы, методы и способы управления экономическими системами с использованием концепции маркетинга. Контактный телефон: (8-383) 346-04-00.

Titova Valentina Alekseevna is Dr.Sc. (Economics), Professor, Head of the Market Theory Department, Dean of the Business Faculty of Novosibirsk State Technical University. Research interests: theoretical and methodological principles, management techniques and control modes of economic systems with use of marketing concepts. Tel: (8-383) 346-31-72.

АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СТОИМОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

И.П. Савельева, Л.Ю. Курзанова

Статья посвящена проблемам формирования стоимости строительной продукции. Авторами рассмотрены основные подходы к определению стоимости строительной продукции, которые влияют на механизм формирования стоимости строительной продукции и, соответственно, на ее составляющие. Авторы подробно рассмотрели вопросы об участниках инвестиционно-строительного процесса и формах их взаимоотношений, источниках финансирования инвестиционно-строительных проектов, стадиях инвестиционно-строительного проекта, ценах контрактов, методах определения сметной стоимости строительства, уровнях сметных цен и региональных особенностях определения цены на строительную продукцию.

Ключевые слова: ценообразующие факторы, инвестор (заказчик), подрядчик, организационные формы строительства, инвестиционно-строительный проект (далее ИСП), стадии ИСП, источники финансирования ИСП, цена контракта, методы определения сметной стоимости строительства, уровень сметных цен.

Строительный комплекс имеет очень важную специфику, так как он оказывает огромное влияние на всю экономику нашей страны и, что не менее важно, на положение в социальной сфере. Вывод из кризиса строительной отрасли является одной из ключевых задач государства.

Антикризисные меры в строительстве должны носить не только «оперативный характер», но и быть направлены на решение тех проблем, которые давно назрели в строительной сфере, от успешного решения которых зависит то, насколько быстро строительная отрасль выйдет из кризиса. Так, например, решение проблемы ценообразования в строительстве, на сегодняшний день, должно стать одним из важнейших вопросов по устранению последствий кризиса в отрасли.

В период финансово-экономического кризиса особо остро встает вопрос о разработке эффективных механизмов формирования и управления стоимостью строительной продукции, включая информационно-аналитическое обеспечение ценообразования, разработку и доступность для проектировщиков и строителей новой сметно-нормативной базы (далее СНБ), а также особенностей ценообразования применительно к объектам бюджетного финансирования.

Сам процесс формирования стоимости строительной продукции достаточно сложен и требует учета различных факторов и условий. В связи с этим механизмы определения цены строительной продукции существенно различаются и в зависимости от их назначения должны разрабатываться с учетом следующих факторов, представленных на рисунке:

- участников инвестиционно-строительного процесса;
- форм взаимоотношений участников инвестиционного процесса;

- источников финансирования;
- стадий инвестиционно-строительного проекта (далее ИСП);
- цены контракта;
- методов определения сметной стоимости строительства;
- уровня сметных цен;
- региональных особенностей определения цены на строительную продукцию.

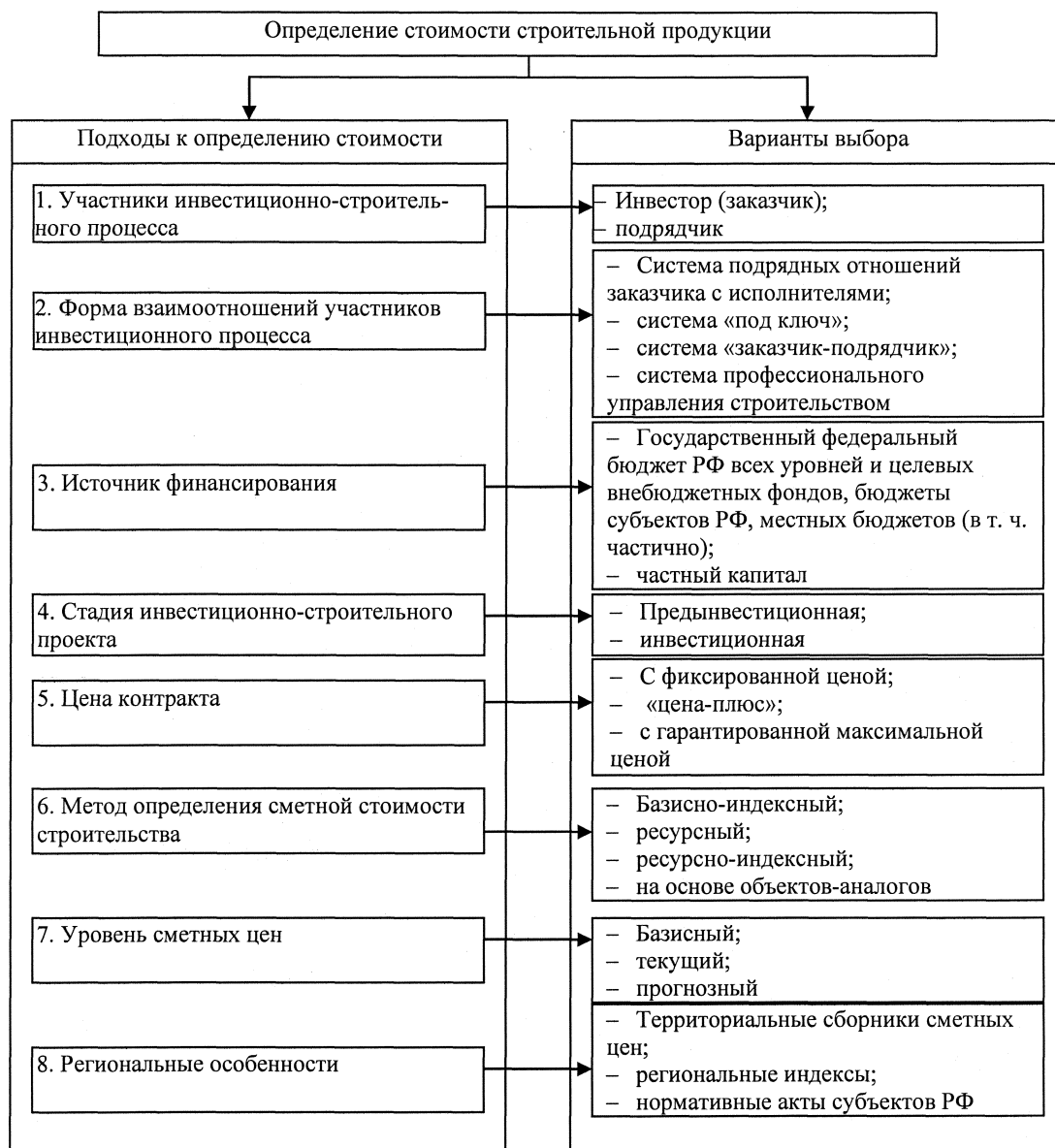
Рассмотрим более подробно содержание подходов к определению стоимости строительной продукции в зависимости от перечисленных выше факторов и условий.

1. Определение стоимости строительной продукции различными участниками инвестиционно-строительного процесса.

Основными участниками или субъектами инвестиционно-строительного процесса являются: инвесторы, заказчики, подрядчики, проектировщики, пользователи объектов капитальных вложений и др. В процессе ценообразования необходимо выделить две основные противоборствующие стороны, с одной стороны, инвесторы (заказчики), а с другой – подрядчики.

Инвесторы осуществляют капитальные вложения на территории Российской Федерации с использованием собственных и (или) привлеченных средств в соответствии с законодательством Российской Федерации. Инвесторами могут быть физические и юридические лица, создаваемые на основе договора о совместной деятельности и не имеющие статуса юридического лица объединения юридических лиц, государственные органы, органы местного самоуправления, а также иностранные субъекты предпринимательской деятельности.

Заказчики – уполномоченные на то инвесторами физические и юридические лица, которые осуществляют реализацию инвестиционных про-



Факторы, влияющие на формирование стоимости строительной продукции

ектов. При этом они не вмешиваются в предпринимательскую и (или) иную деятельность других субъектов инвестиционной деятельности, если иное не предусмотрено договором между ними. Заказчиками могут быть инвесторы.

Так же важно понятие «государственный заказчик», который представляет собой государственный орган, обладающий необходимыми инвестиционными ресурсами, или организация независимо от форм собственности (служба заказчика), наделенная соответствующим органом правом распоряжаться бюджетными инвестиционными ресурсами для реализации государственной целевой программы или конкретного инвестиционного проекта.

Подрядчиками могут являться физические и юридические лица, которые выполняют работы по договору подряда и (или) государственному или

муниципальному контракту, заключаемым с заказчиками в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации. Подрядчики обязаны иметь лицензию на осуществление ими тех видов деятельности, которые подлежат лицензированию в соответствии с федеральным законом [1].

Очевидно, что каждый участник в процессе осуществления инвестиционно-строительного проекта представляет свои интересы, и в зависимости от этого формирует тот уровень стоимости, который ему выгоден.

Так, например, инвесторы (заказчики) определяют полную стоимость инвестиционного строительного проекта, включая стоимость земли, выполнения технических и других условий, проектирования, строительства и эксплуатации объектов. Инвесторские сметы разрабатываются на стадии эскизной проработки проекта, а затем уточня-

ются по мере детализации проектных решений. Для повышения обоснованности инвесторских смет могут применяться натуральные и стоимостные нормы и нормативы по объектам-аналогам и видам работ, а также алгоритмы сметных расчетов, обеспечивающих их высокую точность и преемственность в процессе детализации проектно-строительных решений. Обязательна при этом экспертиза сметной документации инвесторов (заказчиков) с привлечением либо собственных корпоративных, либо независимых экспертов (особенно при финансировании инвестиционных проектов за счет средств федерального бюджета, бюджетов субъектов Федерации и естественных монополий). Часть информации из инвесторских смет может включаться в конкурсную (тендерную) документацию инвесторов (заказчиков) для организации инвестиционных или подрядных торгов.

Подрядчики же, в свою очередь, определяют стоимость подрядных работ, подлежащих выполнению по генеральному подряду или субподряду. Естественно, что они владеют как методами сметных расчетов, применяемых инвесторами (заказчиками), в которых в качестве основы для расчетов используется сметно-нормативная база, так и собственными методами, позволяющими с высокой степенью точности определять сметную себестоимость подрядных работ и степень возможного снижения цены, предложенной заказчиком (или рассчитанной подрядчиком). Основой для таких расчетов является производственная нормативная база конкретного подрядчика [7].

2. Определение стоимости строительной продукции в зависимости от формы взаимоотношений участников инвестиционного процесса.

В связи со значительным количеством субъектов инвестиционно-строительного процесса и возможным противоречием в целях их хозяйственной деятельности большое значение имеет выбор организационных форм строительства и регулирования взаимоотношений между участниками инвестиционно-строительного процесса. Инвесторы (заказчики), с одной стороны, заинтересованы в минимизации капитальных вложений, сокращении сроков строительства с целью быстрее ввода объекта в эксплуатацию и получения отдачи (дохода) от вложенных средств, с другой – подрядчик заинтересован в максимизации прибыли, но он может максимизировать прибыль не только за счет сокращения затрат на строительство, что совпадает с целью инвестора (заказчика, застройщика), но и за счет удорожания строительства, что противоречит интересам инвестора (заказчика, застройщика).

В настоящее время необходимо выделить следующие наиболее характерные организационные формы строительства.

1. Система подрядных отношений заказчика с исполнителями при общем руководстве управления строительством со стороны заказчика. Заказчик самостоятельно или с привлечением специали-

зированных организаций обосновывает целесообразность возведения объекта, заказывает разработку проектно-сметной документации, производит заказ на изготовление оборудования, в необходимых случаях заказывает производство изыскания площадок, оформляет отвод земель под строительство объекта, заключает договор с генподрядной организацией, которая и осуществляет возведение объекта с привлечением в необходимых случаях субподрядчиков, а также в процессе строительства заказчик осуществляет общее руководство. По завершению строительства заказчик организует работу по приемке объекта в эксплуатацию, а также налаживанию его работы.

2. Система «под ключ». Суть этой системы сводится к тому, что заказчик по своим требованиям осуществляет только заказ на строительство объекта некоторому исполнителю, который уже самостоятельно выполняет все работы, связанные с управлением его строительством и вводом в эксплуатацию. В качестве исполнителя выступает служба (дирекция) управления строительством, которая уже и заказывает проектирование, заключает договора с подрядчиками, заказывает оборудование и осуществляет все остальные работы – вплоть до пуска объекта в эксплуатацию. Заказчик в этом случае принимает участие в текущем контроле качества работ и осуществляет прием уже пущенного в эксплуатацию объекта.

3. Система типа «заказчик-подрядчик» – организационная форма строительства, при которой заказчик наряду с выполнением ряда общих функций (отвод земель, заказ оборудования, изыскание и т. п.) принимает непосредственное участие в проектировании и выполнении строительного-монтажных работ. В этом случае он часть работ выполняет своими силами, а остальной объем строительного-монтажных работ выполняют по договорам подрядчики и субподрядчики. Такая система управления строительством применялась и ранее, но в большинстве случаев, когда в качестве заказчика была довольно мощная организация (научно-производственное объединение, крупный завод и т. п.).

4. Система профессионального управления строительством, при которой ряд функций по управлению строительством (заказ на проектирование, заказ оборудования, отвод земель) заказчик оставляет за собой, а непосредственное текущее управление строительством поручает (по договору) специальному профессиональному управленческому. Чаще всего таким управляющим выступает генеральный подрядчик.

Соответственно выбор той или иной организационной формы строительства будет влиять на вид конечной продукции строительства (вид строительного-монтажных работ, объект, стройка) и главным образом на цену строительной продукции.

3. Определение стоимости строительной продукции в зависимости от стадии инвестиционно-строительного проекта.

Стоимость строительной продукции является основой для определения объемов и планирования инвестиций, направляемых на капитальное строительство, которая формируется не спонтанно, а последовательно: начиная с возникновения идеи строительства объекта, и заканчивая сдачей и пуском объекта в эксплуатацию, т. е. в соответствии со стадиями ИСП.

Ряд авторов [3, 8] под ИСП понимают проект, целью которого является создание или воспроизводство основных фондов, требующих вложения инвестиций. Проект, связанный с реализацией полного цикла вложения инвестиций – от начального вложения капиталов до завершения работ, носит название инвестиционного, а в строительстве соответственно – ИСП.

Разработка и реализация ИСП может быть представлена в виде цикла, который разделен на фазы, фазы – на стадии, стадии – на этапы.

Цикл ИСП состоит из трех фаз: предынвестиционной, инвестиционной и эксплуатационной. Содержание фаз жизненного цикла ИСП подробно представлен в табл. 1 [6].

Наиболее интересным в рамках данной тематики представляется изучение предынвестиционной и инвестиционной фаз ИСП, так как именно при разработке и реализации инвестиционно-строительного проекта формируются основные формы (базисная, договорная, фактическая) и виды (открытая или скользящая, закрытая или твердая) цен на строительную продукцию. Так, например, порядок определения стоимости строительства на предынвестиционной стадии и ранних стадиях проектирования требует применения натуральных и стоимостных укрупненных показателей, обеспечивающих точность сметных расчетов, близкую к рабочему проекту. В процессе детализации проектных решений требования к точности ужесточаются, поэтому необходима разработка механизмов сметных расчетов, которые обеспечивают их преемственность, а значит, базируются не на стоимостных, а на натуральных показателях в расчете на единицу строительной продукции.

4. Определение стоимости строительной продукции в зависимости от источника финансирования ИСП.

Таблица 1

Содержание фаз жизненного цикла ИСП

| Фазы | Предынвестиционная (начальная) | | Инвестиционная (строительная) | | | Эксплуатационная | | |
|------|--------------------------------|-------------|--|--|---|---|--|--|
| | Стадии | Мероприятия | Предынвестиционные исследования | Разработка ПСД, планирование проекта и подготовка к строительству | Проведение торгов и заключение контрактов; организация закупок и поставок; подготовительные работы | | Строительно-монтажные работы | Завершение строительной фазы проекта |
| | | | 1. Изучение прогнозов и направлений развития страны (региона, города). 2. Формирование инвестиционного замысла. 3. Подготовка ходатайства (декларации) о намерениях. 4. Предварительное согласование инвестиционного замысла. 5. Составление и регистрация оферт. 6. Разработка обоснования инвестиций, оценка жизнеспособности проекта. 7. Выбор и предварительное согласование. 8. Экспертиза. 9. Предварительное инвестиционное решение. 10. Разработка предварительного плана проекта | 1. Разработка плана ПИР. 2. Задание на разработку ТЭО (проекта) строительства и разработка. 3. Согласование, экспертиза и утверждение ТЭО (проекта) строительства. 4. Выдача задания на проектирование. 5. Разработка, согласование и утверждение РД. 6. Принятие окончательного решения об инвестировании. 7. Отвод земли под строительство. 8. Разрешение на строительство. 9. Задание на разработку проекта производства работ. 10. Разработка плана проекта | 1. Тендеры на проектно-изыскательские работы и заключение контрактов. 2. Тендеры на поставку оборудования и заключение контрактов. 3. Тендеры на подрядные работы и заключение контрактов. 4. Тендеры на услуги консультантов и заключение контрактов. 5. Разработка планов (графиков) поставки ресурсов. 6. Подготовительные работы к строительству | 1. Разработка оперативного плана строительства. 2. Разработка графиков работы машин. 3. Выполнение строительно-монтажных работ. 4. Мониторинг и контроль. 5. Корректировка плана проекта и оперативного плана строительства (управление изменениями). 6. Оплата выполненных работ и поставок | 1. Пусконаладочные работы. 2. Сдача-приемка объекта. 3. Закрытие контракта. 4. Демобилизация ресурсов. 5. Анализ результатов | 1. Эксплуатация. 2. Ремонт. 3. Развитие производства. 4. Закрытие проекта. 5. Вывод из эксплуатации. 6. Демонтаж оборудования. 7. Модернизация (начало нового проекта) |

Экономика и финансы

Выбор того или иного источника финансирования ИСП наряду с другими особенностями влияет на механизм определения стоимости строительной продукции.

В настоящее время существуют различные варианты инвестирования в строительство объектов. В их число входят и средства федерального бюджета, все многообразие региональных и муниципальных бюджетов, корпоративные и частные собственники, банковские и другие финансовые структуры, заинтересованные в получении прибыли, а также структуры, представляющие интересы зарубежного капитала.

Можно выделить четыре группы источников финансирования ИСП:

1. Бюджетное финансирование, которое представлено средствами федерального бюджета (государственный заказ), средствами регионального бюджета, средствами муниципальных бюджетов (муниципальный заказ).

2. Самофинансирование (внутреннее финансирование) – прибыль, амортизационные отчисления, акционерный капитал.

3. Кредитное финансирование (внешнее финансирование) – банковские кредиты, выпуск жилищных сертификатов и организация муниципальных жилищных займов, средства населения, долевое участие, ипотечное кредитование.

4. Смешанное финансирование (выше перечисленные источники с частичной государственной поддержкой финансирования определенных проектов).

При различных источниках финансирования строительства возникает необходимость освоения новых положений ценообразования, в частности, внедрения различных подходов к формированию сметной стоимости.

В основном в практике строительства выбор того или иного источника финансирования влияет на порядок применения СНБ 2001 г. Основные отличия применения СНБ 2001 при различных видах финансирования представлены в табл. 2 [5].

Из табл. 2 видно, что при финансировании проектов государственного назначения из федерального бюджета широко используются индексные методы определения цен на строительную продукцию, в частности, базисно-индексный и ресурсно-индексный. При данном виде финансирования процесс определения цены строительной продукции четко регламентирован и определен в различных методических, нормативных и законодательных документах.

Необходимо также отметить, что важным элементом в формировании системы ценообразования в строительстве остается государственное регулирование, несмотря на сокращение контроля со стороны государства.

5. Определение стоимости строительной продукции в зависимости от цены контракта.

Распределение обязанностей и ответственности между основными участниками инвестиционного строительного проекта весьма многообразно и зависит от многих факторов: сложившихся традиций, субъективных взглядов, финансовых воз-

Таблица 2

Применение СНБ 2001 года при различных видах финансирования строительства

| Финансирование инвестиционно-строительных проектов за счет средств: | |
|---|---|
| Бюджетное финансирование в полном объеме либо частично (государственный федеральный бюджет РФ всех уровней и целевых внебюджетных фондов) | Бюджетное финансирование (бюджеты субъектов РФ, местных бюджетов) и частного капитала (самофинансирование и кредитное финансирование) |
| Окончательный переход на СНБ 2001 года. Составление сметной документации допускается только по сметным нормативам СНБ 2001 года | Допускается при составлении сметной документации использовать СНБ 1984 (1991)года, в случаях, когда не подготовлены нормативы 2001 года |
| При составлении сметной документации индексными методами используются исключительно сборники федеральных единичных расценок (далее – ФЕР) | При составлении сметной документации индексными методами используются сборники территориальных единичных расценок (далее – ТЕР), а при их отсутствии сборники ФЕР |
| Индексы инфляции к ТЕР применяются лишь в случае, когда они ниже, чем аналогичные индексы к ФЕР | Применяются индексы инфляции к ТЕР |
| Сборники нормативов, утвержденные Госстроем РФ, являются обязательными для применения при составлении сметной документации | Сборники нормативов, утвержденные Госстроем РФ, являются рекомендуемыми для применения при составлении сметной документации |
| Недопустимо применение индивидуальных сметных норм на виды работ и затрат | Допускается разработка, утверждение в Минрегионе РФ и применение при составлении сметной документации индивидуальных сметных норм на виды работ и затрат (накладные расходы, сметная прибыль) |

возможностей и требований инвестора, опыта и возможностей строительных организаций. Основным правовым документом, подтверждающим обоюдное выгодное взаимодействие сторон, целью которого является решение таких задач, как инвестирование, проектирование, возведение объектов, решение проблем занятости, получение прибыли и др., является контракт (договор) [9].

В ГК РФ весьма подробно рассмотрены договорные (контрактные) отношения по строительному подряду. Четко определены границы, в пределах которых устанавливаются отношения по контракту строительного подряда на строительство или реконструкцию предприятия, здания (в том числе жилого), сооружения или иного объекта, а также на выполнение монтажных, пусконаладочных и иных неразрывно связанных со строящимся объектом работ. Эти положения строительного подряда применяются также к работам по капитальному ремонту зданий и сооружений.

Важность значения контрактных отношений состоит еще в том, что по подряду строительства объекта имеется ряд других контрактов, в которых определены отношения всех участников инвестиционно-строительного процесса, таких как инвестиционный контракт между инвесторами и подрядчиком, контракт на представление и подготовку строительной площадки, контракт между заказчиком и проектировщиком, контракты с поставщиками на поставку строительных материалов, транспортными организациями на доставку стройматериалов и оборудования и т. д.

Таким образом, контракт становится реально работающим правовым документом, четко регламентирующим программу осуществления строительства: согласованный между сторонами порядок осуществления строительства, место и роль сторон в его исполнении, их обязанности, обеспечивающие бесперебойное и четкое выполнение работ в соответствии с графиком строительства, а также их юридические права в соответствии с текстом контракта и гражданским законодательством. Контрактные отношения становятся своеобразным регулятором нормальной слаженной работы, так как позволяют отслеживать исполнение договора в ходе строительства и предполагают принятие соответствующих мер в случае отхода от договоренностей вплоть до прекращения действия контракта [9].

В настоящее время в инвестиционной сфере существует несколько форм контрактов на выполнение подрядных работ, в которых главными критериями являются: форма взаимоотношений участников инвестиционного процесса и цена контракта. Остановимся более подробно на цене контракта, так как формы взаимоотношений участников инвестиционного процесса были рассмотрены ранее.

В зависимости от способа установления цены контракты могут подразделяться на следующие виды [4]:

1) с твердой ценой – традиционный тип контракта, применяемый как в общественных, так и в частных проектах. При контрактах с твердой (общей, паушальной) ценой заказчик для достижения желаемого результата гарантирует полноту чертежей и спецификаций. После их проверки подрядчик предлагает твердую, неизменяемую или договорную цену выполнения проекта, анализирует основные условия и другие контрактные документы, чтобы определить свои собственные обязательства и выявить попытки заказчика по уходу от обязательств при разных ситуациях. Другими решающими факторами, определяющими конечную цену подрядчика, являются: сроки, место и район строительства.

Контракт с паушальной ценой для заказчика имеет следующие преимущества:

- минимальный финансовый риск, поскольку подрядчик гарантирует непревышение договорной цены;

- точное определение издержек реализации проекта на ранней стадии;

- меньшие инвестиционные расходы;

- сокращение и упрощение обязанностей по управлению и надзору за ходом работ, ограничиваясь только контролем за соблюдением сроков и качеством выполняемых работ.

Непременным условием успешной реализации контрактов с твердой ценой является качество проектной документации, так как корректировка проекта может привести как срыву сроков исполнения, так и к изменению первоначальной твердой цены, а в некоторых случаях и к срыву инвестиционного строительного проекта;

2) с фиксированной ценой единицы продукции, предусматривает цену для каждого пункта работ отдельно, например: «разработка грунта ... руб. за куб; метр». В контракте также могут быть единичные цены в качестве предварительно согласованных твердых цен на определенные дополнительные виды работ;

3) ценой, равной фактическим затратам исполнителя, плюс фиксированный процент (либо фиксированная доплата, либо переменный процент) применяется в частном секторе, при выполнении неординарных проектов. Вознаграждение выплачивается ежемесячно в зависимости от процента выполненных на объекте работ или фиксировано. При последнем способе выплат больше возможностей предъявления претензий к заказчику на дополнительное вознаграждение, если завершение работ на объекте затягивается;

4) с определением цены по окончательным фактическим затратам основан на оплате заказчиком подрядчику фактических расходов, которые он понес в ходе выполнения работ, а также допол-

нительных выплат по покрытию накладных расходов и сметной прибыли, неучтенных затрат, и т. п.;

5) с гарантированной максимальной стартовой ценой применяется, когда заказчику необходимы гарантии, что стоимость контракта не превысит ранее согласованной суммы. Этот вид соглашения часто используется в контракте с оплатой издержек плюс фиксированное вознаграждение, которое обычно содержит специальное поощрительное условие по распределению сэкономленных сумм между заказчиком и подрядчиком, если конечная стоимость, окажется, ниже гарантированной максимальной величины.

6) «под ключ» предполагает согласие подрядчика выполнить проектные и строительные работы и передать заказчику готовый объект. Как правило, контракт объединяют с оплатой издержек плюс фиксированное вознаграждение, или с гарантированной максимальной ценой.

Выбор той или иной цены строительного контракта зависит от сферы и условий его применения, характера экономических отношений между участниками договора, а также специфики и индивидуального характера объекта строительства.

6. Определение стоимости строительной продукции в зависимости от метода определения сметной стоимости строительства.

Сметная стоимость строительства является основой определения цены строительной продукции и важную роль при ее формировании играет метод определения сметной стоимости строительства.

При составлении смет (расчетов) могут применяться следующие методы определения стоимости: ресурсный, ресурсно-индексный, базисно-индексный, на основе укрупненных сметных нормативов, в т.ч. банка данных о стоимости ранее построенных или запроектированных объектов-аналогов [2].

При ресурсном методе определения стоимости осуществляется калькулирование в текущих (прогнозных) ценах и тарифах ресурсов (элементов затрат), необходимых для реализации проектного решения. Калькулирование ведется на основе выраженной в натуральных измерителях потребности в материалах, изделиях, конструкциях, данных о расстояниях и способах их доставки на место строительства, расхода энергоносителей на технологические цели, времени эксплуатации строительных машин и их состава, затрат труда рабочих. Указанные ресурсы выделяются из состава проектных материалов, различных нормативных и других источников.

Ресурсно-индексный метод предусматривает сочетание ресурсного метода с системой индексов на ресурсы, используемые в строительстве.

Базисно-индексный метод определения стоимости строительства основан на использовании системы текущих и прогнозных индексов по от-

ношению к стоимости, определенной в базисном уровне цен.

При методе применения банка данных о стоимости ранее построенных или запроектированных объектов используются стоимостные данные по ранее построенным или запроектированным аналогичным зданиям и сооружениям.

От выбора того или иного метода зависит точность расчетов, а значит и их достоверность. Традиционно наиболее точным методом определения сметной стоимости строительства считается ресурсный метод, так как при его использовании учитывается фактическая стоимость ресурсов.

7. Определение стоимости строительной продукции в зависимости от уровня сметных цен.

Стоимость строительства рекомендуется приводить в двух уровнях сметных цен [2]:

– базисном уровне, то есть в уровне сметных цен, зафиксированных на определенную дату (на 1.01.200X г.);

– текущем или прогнозном уровне, то есть уровне сметных цен, определенных на момент определения стоимости строительства или прогнозируемых на будущий период.

Выбор уровня сметных цен важен, так как расчеты в базисном уровне цен являются ориентиром для заказчика и подрядчика, который они могут использовать при переходе к текущему уровню цен. Расчеты в текущем уровне цен выполняются инвестором и подрядчиком при проведении подрядных торгов, при производстве взаиморасчетов, а также других случаях [3].

8. Определение стоимости строительной продукции с учетом региональных особенностей.

Формирование стоимости строительной продукции, работ и услуг происходит в условиях реально действующего регионального рынка, соответственно стоимостные расчеты должны учитывать и региональные особенности. Органы, осуществляющие методологическое и справочно-информационное обеспечение процесса ценообразования в строительстве, имеют иерархическую структуру.

На сегодняшний день можно выделить следующие уровни регулирования. Первый уровень – Министерство регионального развития РФ (Минрегиона России): структурное подразделение Департамент регулирования градостроительной деятельности и его подведомственные организации, второй – региональные центры по ценообразованию в строительстве. В каждом регионе России формируется региональная сметно-нормативная база, учитывающая особенности строительства в этом регионе, и к ней рассчитываются индексы изменения сметной стоимости строительной продукции наряду с федеральными нормативами затрат в строительстве (федеральной сметно-нормативной базой и федеральными индексами).

Подводя итоги, можно сказать, что процесс определения стоимости строительной продукции

достаточно затруднен, так как каждый рассмотренный подход формирует свои варианты выбора, которые, в своем различном сочетании, и определяют механизмы определения стоимости строительной продукции и соответственно ее составляющие.

Литература

1. Федеральный закон от 25.02.1999 № 39-ФЗ (ред. от 24.07.2007) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений».
2. Методика определения стоимости строительной продукции на территории Российской Федерации, (МДС 81-35. 2004) / Госстрой России. – М., 2004. – 72 с.
3. Дорожкин, В.Р. Ценообразование и управление стоимостью в строительстве / В.Р. Дорожкин. – Воронеж. Изд-во им. Е.А. Болховитинова, 2003. – 328 с.
4. Журавлева, М.А. Контракты в строительстве / М.А. Журавлева // Научные труды VII отчетной конференции молодых ученых ГОУ ВПО УГТУ-УПИ: сб. статей: в 3-х ч. – Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2005. – Ч. 3. – 367 с.
5. Журавлева, М.А. Развитие сметно-нормативной базы в строительстве / М.А. Журавлева, Н.Н. Доможирова // Современное предпринимательство: социально-экономическое измерение: монография / Л.И. Ерохина, В.И. Копылов, Н.В. Чайковская и др.; под ред. О.И. Кирикова – Воронеж: Воронежский гос. пед. ун-т, 2003. – Кн. 5, гл. 2, раздел 2.6. – 258 с.
6. Мазур, И.И. Управление проектами: справочное пособие / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро и др. – М.: Высшая школа, 2001. – 875 с.
7. Резниченко, В.С. Системные подходы к определению цен и управление стоимостью в строительстве: справочное пособие с методиками и примерами расчетов / В.С. Резниченко, Н.Н. Ленинцев. – 2-е изд. – М., 2005. – 516 с.
8. Управление в строительстве: учебник для вузов / В.М. Васильев, Ю.М. Панибратов и др. – М.: Изд-во АСВ, 1994. – 288 с.: ил.
9. Экономика строительства: учебник / под общей ред. И.С. Степанова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Юрайт-Издат, 2003. – 591 с.

Поступила в редакцию 16 мая 2009 г.

Савельева Ирина Петровна. Доктор экономических наук, профессор кафедры экономики, управления и инвестиций Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – менеджмент и планирование деятельности малых предприятий, проблемы управления региональным инвестиционно-строительным комплексом. Контактный телефон: раб.(8-351) 267-92-80.

Savelieva Irina Petrovna is Dr. Sc. (Economics), Professor of the Economics Management and Investments Department of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: management and planning of small-scale enterprises, problems of regional investment and construction complex management. Tel: (8-351) 267-92-80.

Курзанова Любовь Юрьевна. Ассистент, соискатель кафедры экономики, управления и инвестиций Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – проблемы формирования и управления стоимостью строительной продукции. Контактный телефон: 8 (351) 267-92-80, моб. 8-9-222-347-342.

Kurzanova Lyubov Yurievna is assistant lecturer at the Economics Management and Investments Department of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: problems of forming and management of construction products value. Tel: (8-351) 267-92-80, mob. 8-9-222-347-342.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЗЕМЕЛЬНЫХ ЛОТОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ АУКЦИОНОВ

С.С. Чиркина

Статья посвящена проблемам развития механизма земельных аукционов в России. Автором рассмотрена новая методика оценки земли, основанная на привлекательности земельных лотов. В статье автор дает подробное описание и последовательность данной методики.

Ключевые слова: оценка земельных лотов, аукцион, методика оценки земли.

Обычная оценка объектов недвижимости, производимая оценщиками, обычно сводится в основном только к оценке объекта с точки зрения его стоимости. Разработанная автором методика позволяет не только оценить земельные лоты с точки зрения их привлекательности, но и разбить их на некоторые группы, которые позволяют охарактеризовать земельные участки с точки зрения их использования.

Сегодня, выставляя земельные участки на аукцион, уполномоченные органы прибегают лишь к помощи независимых оценщиков. Что не совсем эффективно при распоряжении земельными участками. Более правильным было бы пользоваться не только оценкой независимых агентств, но и самим инициаторам участвовать в оценке земли путем применения методики оценки земельных лотов при проведении аукционов. Данная методика позволяет намного качественнее принимать решения, связанные с продажей или арендой земельных ресурсов и в некотором случае позволяет предугадать возникшую потребность на рынке недвижимости. Она будет полезна не только продавцам земельных участков в лице уполномоченных органов, но и потенциальным инвесторам, которые хотят вложить средства в покупку и использование земельного участка. Схема методики формирования земельных лотов, выставляемых на аукцион, изображена на рис. 1.

Реформа земельного законодательства лишь только начинает приносить свои плоды, не всем на сегодняшний день земельным участкам присвоен даже кадастровый номер. Наши земельные ресурсы настолько велики, что, видимо, их количество порой не заставляет даже изучить потребность в них. Другими словами, государство не располагает полной информацией, касающейся своих земельных ресурсов. Соответственно, возникает ряд проблем, которые необходимо решать, и одним только введением процедуры аукционов их разрешить невозможно.

В самом начале в уполномоченные органы подаются заявки на приобретение земельных участков, количество которых не зависит не только от количества претендентов, но и от количества самих земельных участков. Естественно, что все зе-

мельные ресурсы на сегодняшний день не сформированы в готовые для продажи земельные участки. Поэтому необходимо изучать спрос на еще не сформированные для продажи земельные участки.

Затем организаторам торгов необходимо рассмотреть полученные заявки, и естественно, что желания претендентов на приобретение земли могут быть совершенно разными и в ряде случаев, без сомнения, должен последовать отказ в рассмотрении заявок.

Другие заявки следует принять к рассмотрению и, исходя, из потребностей претендентов, попытаться сформировать земельные лоты.

Формирование земельного лота заключается в формировании участков с определенной площадью, разрешенным использованием. Важным моментом при формировании земельного лота является форма предоставления земли: в аренду или в собственность. Необходимо принять решение, как поступить с каждым конкретным участком, от каких участков необходимо избавиться, продать их, а другие выгоднее сдать в аренду. Площадь, разрешенное использование и форма предоставления земли отчасти формируют стоимость земельного лота, но наиболее важными моментами, оказывающими влияние на стоимость лота, все-таки являются кадастровая, экономическая, инвестиционная, конкурентная привлекательность, а так же привлекательность застройки.

Итак, сформированный земельный лот выставляется на аукцион. В момент проведения аукциона становится ясно, правильно ли сформирован земельный лот и насколько точно определена его начальная цена.

Смысл торгов состоит в привлечении к ним заинтересованных и конкурирующих участников для получения лучших результатов, и поэтому аукцион, в котором участвовал только один человек, считается несостоявшимся.

Разработанная методика оценки земельных лотов (рис. 2) позволяет сформировать общее представление о земельных участках. На первом этапе методики сформированные земельные участки подвергаются процедуре кластерного анализа (рис. 3). Все расчеты мы предлагаем проводить в табличном

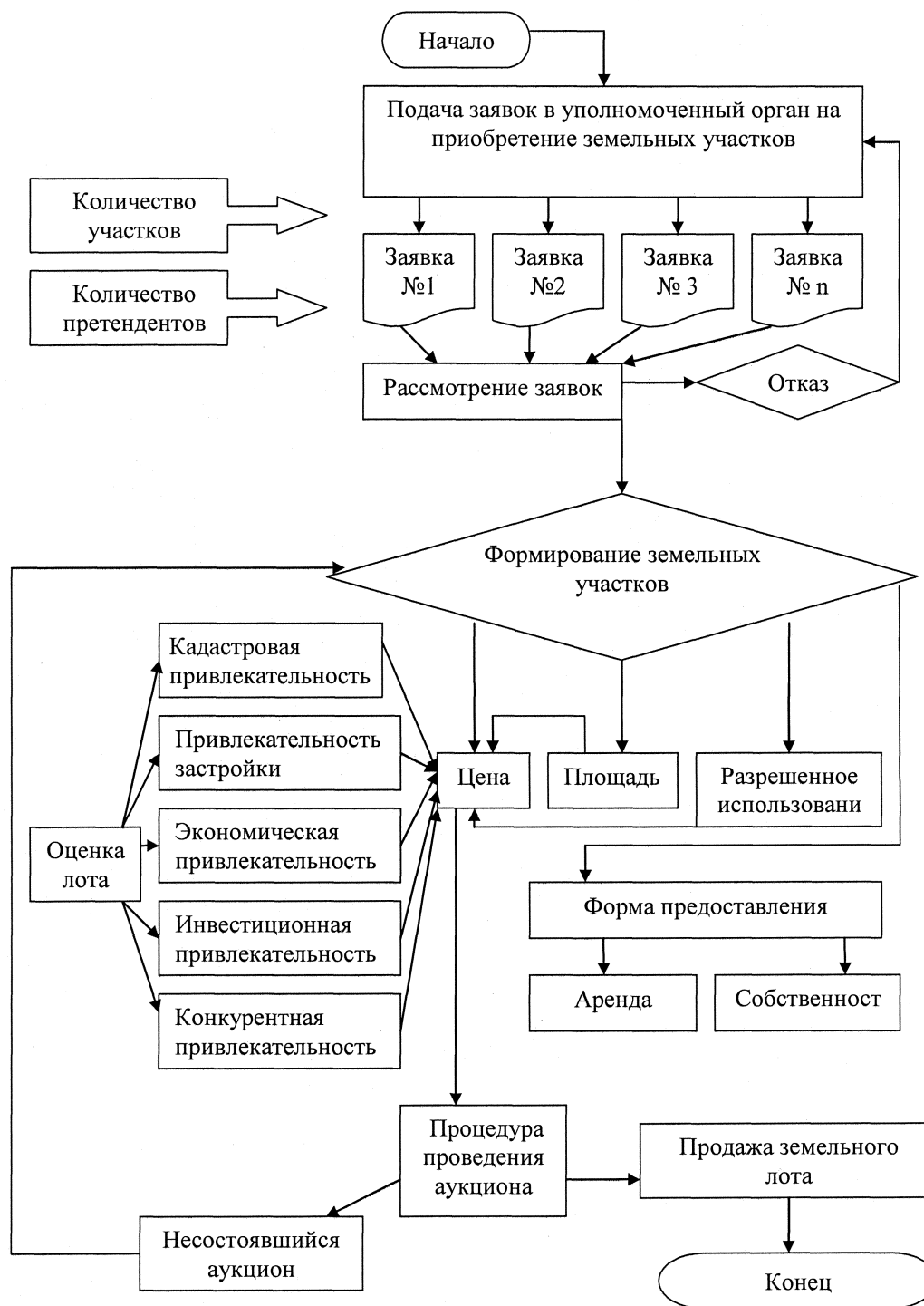


Рис. 1. Алгоритм работы методики по формированию земельных лотов, выставяемых на аукционе

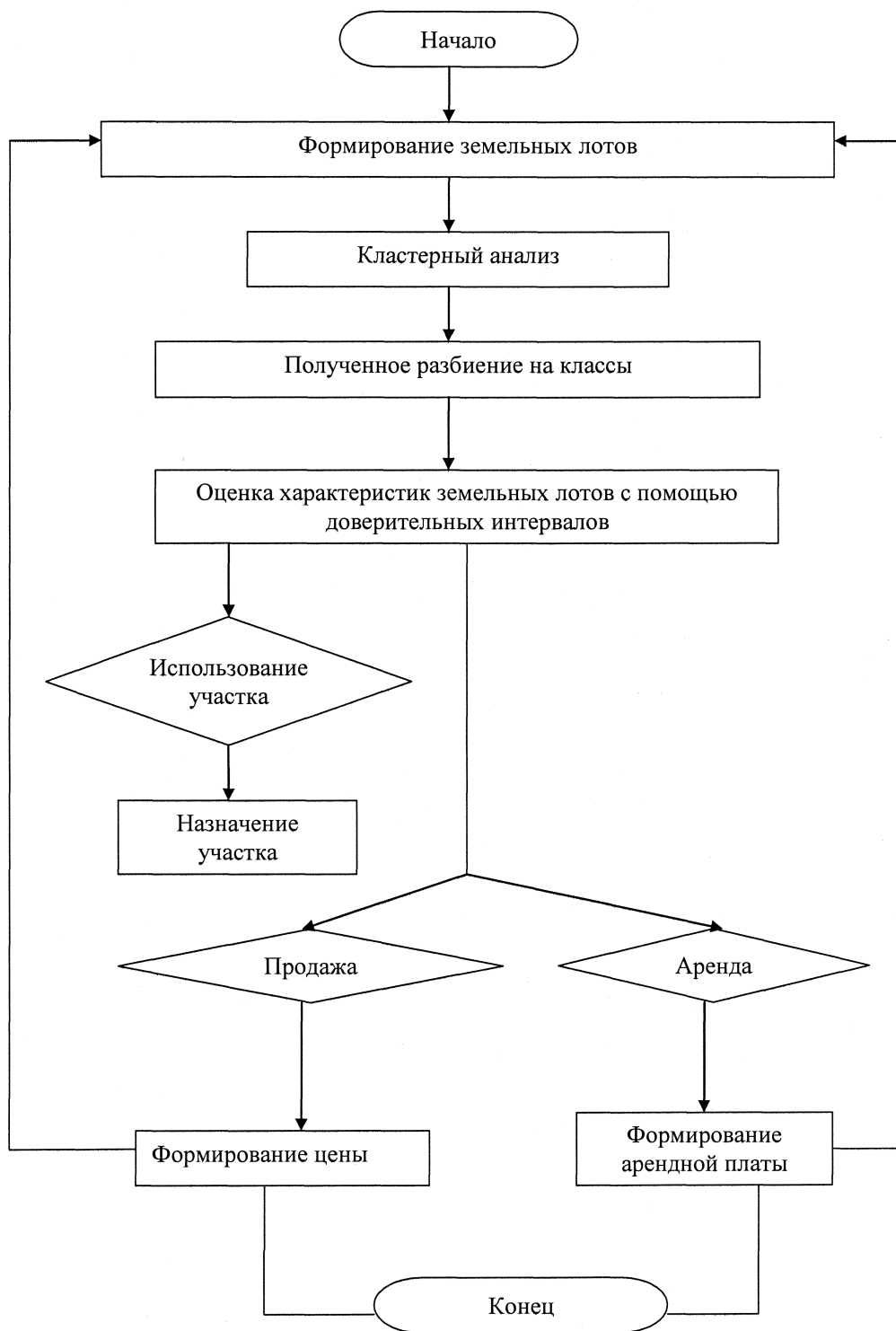


Рис. 2. Методика оценки земельных лотов



Рис. 3. Алгоритм проведения кластерного анализа земельных участков

редакторе Microsoft Excel. Для проведения анализа необходимо построить матрицу исходных данных. По горизонтали откладываются ключевые количественные характеристики земельных участков, а по вертикали – номера земельных участков, затем данная матрица заполняется.

Поскольку показатели измерены в различных единицах, их необходимо масштабировать. В Excel для этого существует функция, которую надо применить к каждому из столбцов исходных данных, например:

=НОРМАЛИЗАЦИЯ(В4:В8;СРЗНАЧ(В4:В8);
СТАНДОТКЛОН(В4:В8)) [3].

Затем заполняется весовая матрица показателей, характеризующая экономические показатели по степени важности. Веса мы определили с помощью экспертной оценки. Обратившись за помощью к десяти экспертам, мы попросили их про ранжировать по значимости четыре показателя, характеризующие земельные участки. После чего мы провели статистическую обработку полученных данных и доказали достаточность выборки, в результате чего у нас получились следующие веса:

площадь земельного участка – 0,24;

первоначальный уровень инвестиций в освоение земельного участка – 0,16;

уровень арендной платы – 0,33;

рентабельность использования участка – 0,27.

Заполнив основные матрицы, можно непосредственно приступить к процедуре иерархической кластеризации объектов по принципу «ближайшего соседа». Вычисления взвешенных расстояния между векторами признаков земельных участков определяется по формуле, например: = (МУМНОЖ(МУМНОЖ((ИНДЕКС(\$F\$4:\$I\$8;B17;0)-ИНДЕКС(\$F\$4:\$I\$8;C16;0));\$B\$11:\$E\$14);ТРАНСП(ИНДЕКС(\$F\$4:\$I\$8;B17;0)-ИНДЕКС(\$F\$4:\$I\$8;C16;0)))^0,5.

После ввода формулы нужно нажать клавишу F2 и затем сочетание клавиш Ctrl+Shift+Enter. Данную формулу необходимо копировать в смежные диапазоны в верхней треугольной части матрицы, отредактировать относительные ссылки функцией ИНДЕКС().

Далее переходим к кластеризации. Возвращаем наименьшее расстояние из полученной матрицы с помощью формулы: =МИН() и отыскиваем положение числа в матрице, оно соответствует некоторым объектам и они объединяются в один кластер. Аналогично происходит построение последующих матриц до тех пор, пока все объекты не кластеризуются.

Для построения «дендрограммы» необходимо создать сводную таблицу рядов данных, которая объединяет основные шаги построения матриц. Затем средствами «мастера диаграмм» строится точечная диаграмма. На ней невооруженным глазом становятся видны расстояния подобия между объектами классификации.

Кластерный анализ заканчивается выделением из совокупности объектов с близкими показателями в пространстве признаков. Это служит основой для принятия решений, связанных с мероприятиями по поводу продажи и аренды земли. В соответствии с полученной кластеризацией можно принимать решение по поводу продажи некоторых участков физическим или юридическим лицам, аренде или все-таки принадлежности к федеральной или муниципальной собственности.

Одного только кластерного анализа для принятия таких сложных решений недостаточно, и поэтому вторым этапом методики является оценка характеристик с помощью доверительных интервалов. Последовательность ее проведения представлена на рис. 4.

Интервальная оценка начинается с изучения характеристик земельных участков, затем основные характеристики оцениваются по разработанной шкале, числовые значения оценки обрабатываются с помощью математической модели, после чего полученные значения проходят статистическую обработку и заносятся в сравнительную таблицу (см. таблицу).

Данные сравнительной таблицы получены на основе доверительных интервалов для оценки математического ожидания

$$\bar{x} - t \frac{\sigma}{\sqrt{n}} < a < \bar{x} + t \frac{\sigma}{\sqrt{n}},$$

где $t(\sigma/\sqrt{n})$ – точность оценки; n – объем выборки; t – значение аргумента функции Лапласа $\Phi(t)$.

По доверительной вероятности $\beta = 0,95$ и числу степеней свободы $k = n - 1 = 40 - 1$ найдем значение $t = 0,032$ [1].

На основе полученных результатов принимается решение о том, как лучше поступить с земельным участком: продать его на аукционе, сдать в аренду или использовать государственными организациями.

Для того, чтобы детально рассмотреть, как действует данная методика, перейдем к апробации оценки земельных участков.

Нормальные интервалы изменения оценочных характеристик получились достаточно небольшими, это объясняется тем, что земельных участков очень много и многие из них очень близки по своим характеристикам, и если интервалы будут значительно больше, то в этот интервал попадут практически все земельные участки.

Если полученный показатель оценки меньше нижней границы, то оцениваемый лот следует отклонить. Превышение верхней границы не является основанием для отклонения, но и не служит величиной, к которой следует стремиться.

Но всегда необходимо помнить правило, что большую прибыль всегда сопровождает больший риск [2].

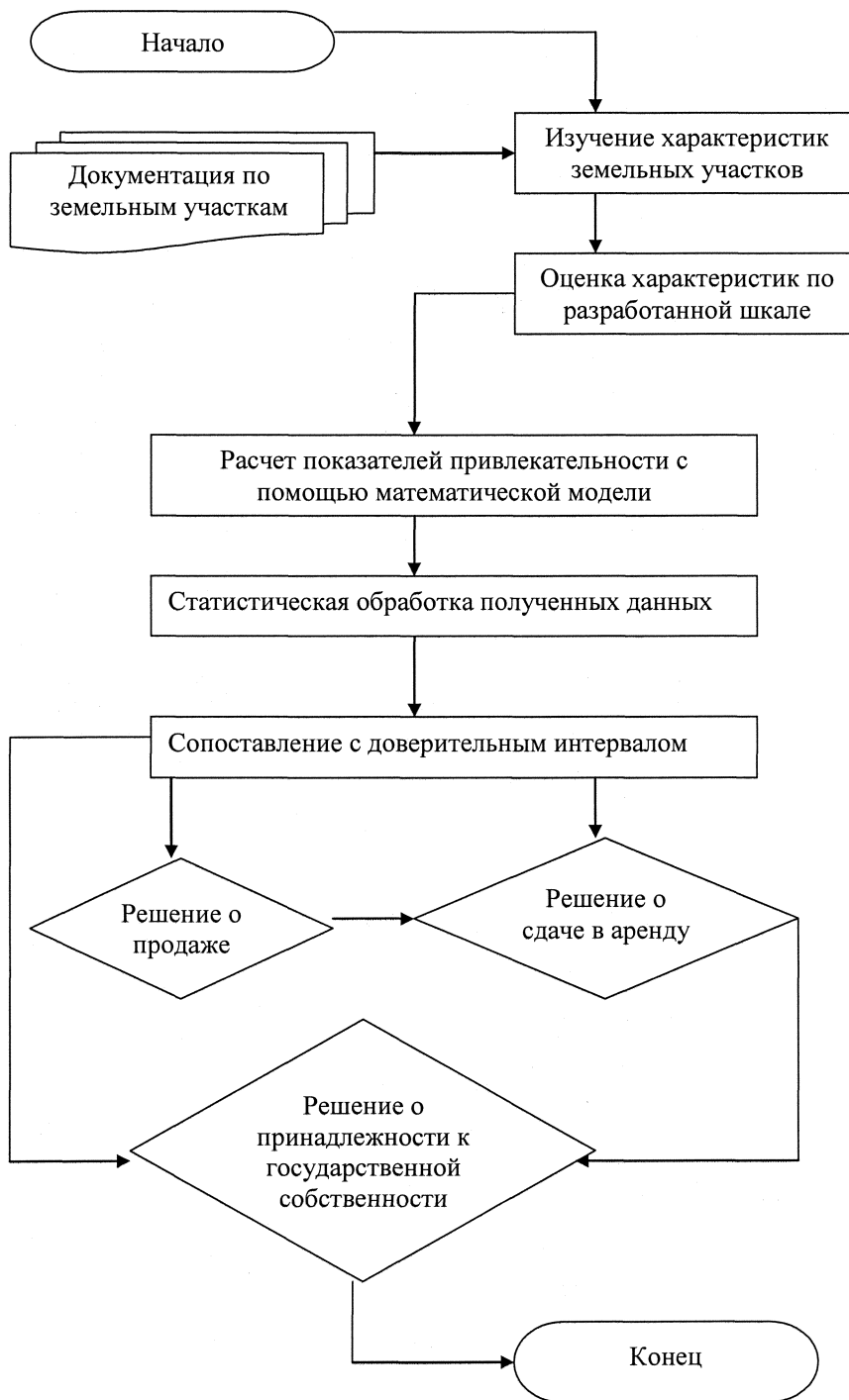


Рис. 4. Последовательность алгоритма интервальной оценки привлекательности земельного участка

Сопоставление интервальных оценок земельного участка

| Характеристика земельного участка | Нормальный интервал изменения оценочных характеристик | | Оцениваемый участок | Попадание в интервал |
|--|---|--------------------------|---------------------|----------------------|
| | Верхняя граница интервала | Нижняя граница интервала | | |
| Кадастровая привлекательность | 2,89 | 3,35 | Расчетное значение | + – |
| Привлекательность застройки земельного участка | 2,89 | 3,54 | Расчетное значение | + – |
| Инвестиционная привлекательность | 2,97 | 3,73 | Расчетное значение | + – |
| Экономическая привлекательность | 2,8 | 3,14 | Расчетное значение | + – |
| Конкурентная привлекательность | 2,97 | 3,37 | Расчетное значение | + – |

Литература

1. Гмурман, В.Н. Руководство к решению задач по теории вероятности и математической статистике: учеб. пособие для студентов вузов / В.Н. Гмурман. – 5-е изд., стер. – М.: Высш. шк., 2001. – 400 с.

2. Тракторов, Г.А. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски:

учеб. пособие / Г.А. Тракторов, Е.М. Григорьева. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 256 с.

3. Шепелев, И.Г. Математические модели и методы управления строительством: учеб. пособие для самостоятельной работы студентов / И.Г. Шепелев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Челябинск : Изд. ЮУрГУ, 2004. – 400 с.

Поступила в редакцию 4 марта 2009 г.

Чиркина Светлана Сергеевна. Аспирант очной формы обучения кафедры экономики, управления и инвестиций Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – региональная экономическая система земельной собственности.

Chirkina Svetlana Sergeevna is post-graduate full-time student of the Economics Management and Investments Department of South Ural State University, Chelyabinsk. Research Interests: regional economic system of land property.

Tel: (8-812)297-82-40.

E-mail: chirkin84@mail.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ УПРАВЛЕНИЯ ОТХОДАМИ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ В ПЕРМСКОМ КРАЕ

Е.В. Шуварикова

Статья посвящена проблеме образования отходов производства и потребления в Пермском крае: приведены основные статистические показатели образования отходов, подчеркнута актуальность проблемы в регионе. Автором проанализированы основные подходы к решению проблем управления отходами в международной практике. В статье даны первоочередные рекомендации построения рациональной системы управления отходами в Пермском крае на основе прогрессивного международного опыта.

Ключевые слова: управление отходами, Пермский край, экологическое законодательство, экономическое стимулирование, интегрированные программы управления.

Проблема мусорных свалок становится сегодня одной из самых актуальных в мире. Ее решение настоятельно требует мобилизации усилий науки, делового мира и общественности каждой страны на оперативное решение задач рационализации использования ресурсов планеты и защиты ее экологии.

Темпы роста свалок в развитых странах мира опережают все делавшиеся ранее прогнозы: численность населения планеты ежегодно возрастает на 1,5–2 %, а объем мусорных свалок мира – на 6 % в год, т. е. увеличивается в 3–4 раза быстрее.

Такие высокие темпы роста товарно-бытовых отходов (ТБО) в мире в последние десятилетия определяются не столько приростом населения, сколько изменением его доходов и образа жизни. Общество выбрасывает больше остатков продовольствия, использует все больше оберточных и упаковочных материалов, бытовой техники, которая быстрее морально устаревает, выходит из моды и при этом все эти итоговые отходы все чаще попадают уже не на «цивилизованные» свалки с контролем загрязнения окружающей среды (т. е. свалки с системой сбора солей, метана, ежедневными покрытиями и т. п.), а на «дикие» свалки, которые запрещены законами. В большинстве городов промышленных стран мира становится все труднее найти места для захоронения отходов, которые бы имели достаточную емкость, доступность и не разрушали бы окружающую среду.

Пермский край является одним из основных индустриальных центров Российской Федерации с необыкновенно широкой специализацией и большим количеством сверхкрупных предприятий (2,6 % объема промышленного производства страны). Ведущими межотраслевыми комплексами Прикамья являются химический (горная химия, основная химия, химия органического синтеза), машиностроительный (предприятия ВПК, нефтехимическое и горношахтное машиностроение, су-

до- и авиастроение, электротехническая промышленность), топливно-энергетический, металлургический и лесопромышленный. На территории края выделяются семь градопромышленных агломераций: Березниковско-Соликамская, Кизело-Губахинская, Лысьвенско-Чусовская, Пермская, Кунгурская, Чайковская и Кудымкарская.

На протяжении ряда лет в Пермском крае наблюдается устойчивый рост промышленного производства практически по всем отраслям. За 2007 г. объем отгруженной продукции собственного производства по полному кругу предприятий-производителей промышленных товаров составил в действующих ценах 535,4 млрд рублей. В объеме отгруженных товаров обрабатывающего производства наибольший удельный вес принадлежит предприятиям по производству кокса и нефтепродуктов (33,6 %), химического производства (19,5 %), металлургического и производства готовых металлических изделий (8,3 %), целлюлозно-бумажного производства (6,6 %) [6, с. 2].

Пермский край характеризуется разнообразием полезных ископаемых. На его территории выявлено и разведано запасов минерального сырья более чем по 1253 участкам недр и 40 видов полезных ископаемых. В крае наиболее развиты направления добычи нефти и газа, калийно-магниевых и натриевых солей, алмазов, золота, металлургического и цементного сырья, хромовых руд, промышленности стройматериалов и пресных подземных вод. Удельный вес материально-сырьевого комплекса в экономике Пермского края составляет более 40 %.

Но вместе с тем, край характеризуется целым комплексом экологических проблем, обусловленных загрязняющим влиянием крупных промышленных центров (г. Пермь, Березники, Соликамск, Краснокамск, Чайковский), интенсивным использованием природных ресурсов, наличием энерго- и материалоемких производств и устаревших за-

грязняющих окружающую среду технологий. Ежегодный ущерб окружающей среды от хозяйственной деятельности составляет около 300 млн рублей. По данным статотчетности в окружающую среду Пермского края поступает большое количество загрязняющих веществ: в атмосферу 497 наименований, в водные объекты – 80 наименований, образуется 745 видов отходов [6].

На территории Пермского края ежегодно образуется более 40 млн тонн отходов производства и потребления. В последнее время наметилась стойкая тенденция к росту объемов образования отходов. В 2007 году эта цифра составила 49,5 млн тонн. Этот рост (рис. 1) объясняется увеличением объемов производства, прежде всего развитием добывающих отраслей промышленности, объем отходов которых составляет до 90 % от общего количества.

Структура образующихся в крае отходов включает несколько многотоннажных групп, таких как: отходы черных металлов, золошлаки от сжигания твердого топлива, отходы сельского хозяйства, шлаки и шламы, отходы коммунальные, древесные отходы. Структура отходов определяется, прежде всего, структурой промышленности края. Процентное соотношение основных видов крупнотоннажных отходов приведено на рис. 2.

Низкая степень использования отходов, которая составляет порядка 35 %, привела к накоплению на территории области более 650 млн тонн промышленных отходов, размещаемых в отвалах, шламохранилищах, свалках, которые вызывают загрязнение окружающей среды и представляют серьезную опасность для здоровья населения.

По результатам последней инвентаризации, проведенной в 2001 г., на территории Пермского края было выявлено 1979 учтенных объектов размещения отходов, из них 643 – объекты размещения бытовых отходов (280 из которых не имеют документов об отводе земли); общая площадь, занимаемая объектами (без учета площади санитарно-защитных зон), составляет 5934,21 га [6].

Свалки твердых бытовых отходов (ТБО) не имеют технической документации, нормы их эксплуатации, как правило, не соблюдаются. Низкий уровень обустройства и нарушение основных требований к размещению отходов приводят к захламлению близлежащих площадей и образованию стихийных свалок, в первую очередь, в лесах, оврагах вблизи населенных пунктов, в районах частной застройки и зеленой зоны городов, вдоль дорог, куда население, а также небольшие торговые организации вывозят мусор.

Окружающая среда способна ассимилировать поступающие в нее загрязняющие вещества, но до определенного предела. Для промышленно нагруженных территорий ассимиляционный потенциал уже исчерпан, что проявляется в загрязнении природных сред, снижении продуктивности природных ресурсов, роста заболеваемости населения.

Антропогенный пресс привел к утрате ряда видов биологического и ландшафтного разнообразия, 207 видов взяты под защиту закона.

Разработка месторождений полезных ископаемых, сооружение крупных инженерных объектов, длительная интенсивная эксплуатация мощных химических и нефтехимических производств, создание крупнейших хранилищ отходов горнодобывающих, металлургических, химических предприятий привели к существенному нарушению естественного состояния недр, интенсивному развитию в геологической среде и на поверхности техногенных процессов.

За годы индустриального развития в Пермском крае построен ряд важнейших народнохозяйственных объектов. Строительство осуществлялось с использованием традиционных технологий, потребляющих много ресурсов и недостаточно надежных с точки зрения экологической безопасности. Пермский край, по существу, стал регионом высокого интегрального риска возникновения природных и техногенных аварий и катастроф чрезвычайного характера с экологическими последствиями и, как следствие, высокого риска жизнедеятельности.

Учитывая тот факт, что более 70 % населения живет в городах в непосредственной близости от источников загрязнения, экологическое оздоровление населения и территорий края должно быть одним из основных направлений региональной экологической политики.

Использование вторичных материальных ресурсов в условиях крупных промышленных комплексов возможно при условии разработки и создания системы, включающей в себя законодательные, организационные, экономические, технические и экологические аспекты. Крупные мировые державы на протяжении последних десятилетий проводят целенаправленную политику борьбы с мусорными отходами. Решению этой проблемы предшествовало изучение вопросов образования и территориального распределения отходов, их качественного и количественного состава, прогнозных исследований, классификации, сбора, транспортировки, способов обработки и утилизации. С этой целью в промышленно развитых странах создаются специальные органы управления.

До 70-х годов в Европе, Японии и США повсеместно практиковалось захоронение отходов на свалках, работающих за счет муниципальных бюджетов. Со временем во многих странах мира стали принимать более строгие правила размещения отходов и эксплуатации свалок. В начале 70-х годов началась программа планомерного выхода из «кризиса свалок», направленная на сокращение захоронения отходов на свалках и полигонах [3, с. 46–63]. Главными предметами споров, сопутствовавших данному процессу, были вопросы развития инфраструктуры, участие населения в процессе управления отходами, сохранение потенциаль-

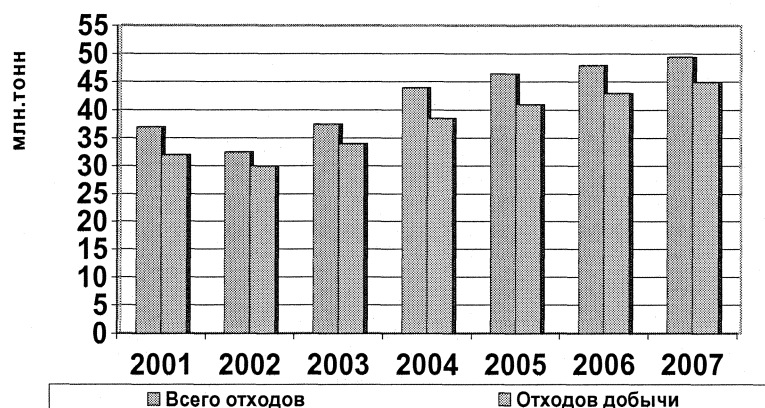


Рис. 1. Динамика образования отходов производства и потребления в Пермском крае

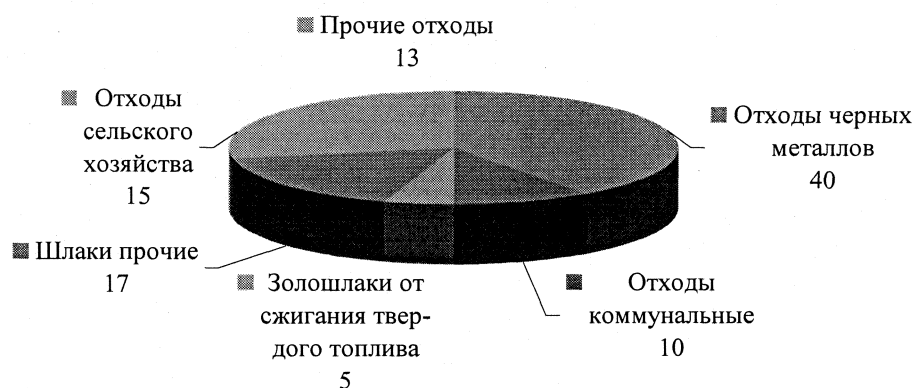


Рис. 2. Структура отходов производства и потребления, образующихся в Пермском крае (без отходов добычи)

ных ресурсов, защита окружающей среды, выбор между захоронением, переработкой и сжиганием отходов, а также сотрудничество на локальном, национальном и международном уровнях. Наибольшее влияние на региональные власти оказывает лежащая в основе их действий ответственность за экологически устойчивое управление отходами.

В настоящее время в США, Германии, Японии осуществляется проведение правительственных мероприятий, обеспечивающих увеличение мощностей и строительство новых предприятий по переработке отходов, в государственных, региональных и отраслевых масштабах. При этом в Дании и Баварии (Германия) все промышленные производства обязаны передавать свои отходы компании, находящейся под общественным контролем и имеющей монопольное право на их обезвреживание. В противоположность этому в США системы управления опасными отходами находятся в частном владении, причем конкурирующие компании функционируют при отсутствии или очень незначительной государственной помощи. Роль американского правительства сводится ис-

ключительно к регулированию, оно устанавливает стандарты и инструкции, которых должны придерживаться компании [5, с. 47–48].

Здесь мы видим принципиальное различие в структуре создания систем управления отходами. Это различие объясняется исторически сложившимися условиями функционирования экономик данных стран. В США, с присущим им традиционно сильным саморегулируемым механизмом рынка, заинтересованные участники процесса смогли искусственно создать рынок отходов. Основная составляющая успешного функционирования рыночного механизма принадлежит широкому вовлечению в процесс упоминаемых нами ранее экономических инструментов формирования системы управления отходами. Напротив, в большинстве европейских стран решающую роль в процессе управления отходами имеют государственные структуры, сочетающие в себе своеобразный баланс государственных (административных) и рыночных инструментов формирования интегрированной системы управления отходами. Несмотря на различие двух данных подходов к формированию структуры управления отходами, между тем

обе системы работают эффективно. Достигается это в первую очередь благодаря учету региональных и национальных особенностей функционирования экономики, политики, менталитета людей различных стран мира.

В Европе и Америке акцентирование внимания на проблемах охраны окружающей среды привело к внедрению на предприятиях, в силу уже существующих ограничительных условий, **систем экологического менеджмента, экологического контроллинга и экологического аудита**. Составление эко-балансов предприятия выявило то, что в области устранения отходов нет достаточно точной информации об уровне отходов и их составе, что подтолкнуло к необходимости детального анализа отработанных материалов, а, в дальнейшем, и к инновационным тенденциям в производственных методах.

Планирование управления отходами в развитых странах мира осуществляется на уровне региональных ведомств, что позволяет увеличить полномочия регионов и обеспечивает их большую независимость в принятии управленческих решений. Непосредственное планирование **управления** отходами в Великобритании осуществляется Советами Графств (Country Councils), соблюдение законодательства по управлению отходами контролируется региональными отделениями Агентства по охране окружающей среды (Environment Agency). На региональном уровне планирование управления отходами обеспечивается информацией региональных конференций по планированию локального уровня [5, с. 49].

Внедрение **региональных программ** поспособствовало переходу от традиционной тактики захоронения отходов к политике ресурсосбережения и энергосбережения. Введение в 1997 году «Директивы по отходам упаковки в Великобритании» возложило на компании с оборотом более 5 млн фунтов стерлингов обязательства рециклировать не менее 16 % и утилизировать не менее 52 % отходов упаковки. Как результат, в 2007 году введение Директивы обеспечило переработку 60 % всех отходов бумажной упаковки. Приоритетным способом переработки отходов становится метод восстановления ресурсов – рециклинг. Разработана система информационного обеспечения управления отходами. Регулярно проводятся активные исследования по оценке количества и качества производимых отходов в Великобритании. В 2006 году разработана и внедрена принципиально новая система обращающихся на рынке сертификатов (Ноты рециклирования упаковки) [5, с. 55].

Значительные преимущества в экономике на затратах в развитых странах мира связаны, прежде всего, с **жестким экологическим** национальным **законодательством** этих государств, заставляющим как предприятия, так и граждан заботиться о количестве и качестве производимых ими отходов.

Наиболее ярким примером страны, где жесткие экологические стандарты являются основополагающими при формировании политики управления отходами, страны, являющейся на сегодняшний день лидером по достигаемому уровню процента переработки отходов (90 % всего объема образующихся отходов страны) – является опыт Германии.

Германия является страной с высокой плотностью населения, развитой промышленностью и, наряду со всем, с длинной историей экологических проблем: сегодня уже трудно поверить, что еще в начале XX века в стране бушевала эпидемия холеры, большие площади лесов были уничтожены при добыче соли, и развитие промышленного производства привело к массовому строительству мусоросжигательных заводов.

В 1960-х и 70-х ужасающее загрязнение воздуха посредством автомобильных и промышленных выбросов, в совокупности с особыми погодными условиями, стало следствием возникновения смога. Это привело к наложению ограничений применительно транспорта и промышленности. Тем временем осознание реальной и потенциальной угрозы от загрязнённых промышленных источников и свалок дошло до общества [2, с. 3].

Германия сильно преуспела и приобрела большой опыт в защите окружающей среды в течение последних 30–40 лет. Было разработано и утверждено большое количество стандартов, ограничений и организационных мер, способствующих снижению негативного воздействия на окружающую среду.

Инструменты жесткого контроля в сфере обращения с отходами и наряду с этим создание экономически привлекательных условий в данной сфере правительственными органами очень важны для успешного применения внедряемых стандартов и положений. Система лицензирования, основанная на прозрачности принимаемых решений, играет важнейшую роль в успехе всей программы. Для развивающихся стран и для стран, находящихся в переходном периоде, административная организация должна быть соответствующей, доступимой и эффективной для экономики этих стран. Более того, в этой системе, как показывает опыт Германии, недопустима коррупция.

Первой стадией в развитии политики защиты окружающей среды в Германии, как и во многих других странах, была акция «конец трубам». Трубы становились выше, развивались технологии очистки и чистые отходы стали наиболее приоритетным направлением технологического развития. Высокотехнологичные свалки и фильтры с активированным углём для мусоросжигательных заводов в настоящее время стоят в основе дорогих, но качественных стандартов Германии.

С конца 1980-х Германия стремилась внедрить интегрированный подход системы управления отходами [2, с. 4–5]. Это привело к некоторым изменениям в деятельности органов, связанных с

защитой природных и технических ресурсов в области управления отходами:

1. Предотвращение и сведение к минимуму выработки мусора, вызванное растущими темпами производства и потребления, было первоочередной задачей. Важным вкладом в ее достижение было введение высоких денежных штрафов на выбросы, регламентированных разработанной системой национальных экологических стандартов. Помимо них также существуют специальные стандарты по предотвращению выработки мусора вообще.

2. Для эффективного функционирования замкнутых циклов использования материалов должен существовать рыночный механизм для перерабатываемых материалов. Для «классического» вторичного сырья (стекло, бумага, металлы, пластик) рынок формируется без помощи государства. Но для разработки циклов переработки прочих материалов необходимы дополнительные стимулирующие государственные и экономические инструменты, потому что стоимость таких восстановленных материалов не может покрыть стоимость их переработки.

3. Для всех видов упаковки промышленных товаров в Германии потребитель должен дополнительно делать взносы на ее переработку. Поэтому затраты на переработку упаковки товаров включены в их стоимость при покупке. Необходимо отметить, что стандарты на выбросы при мусоросжигании очень высоки в Германии, а стоимость тонны отправляемого на сжигание мусора (incineration tax) является самой высокой в мире – по данным на 2008 год она составляла 52 Евро.

4. Отправлять на захоронение допускается только тот мусор, который не представляется возможным переработать. Захоронение мусора в Германии также соответствует очень строгим стандартам. Для сокращения доли отходов захоронения как самой главной цели экологической политики в области управления отходами, Правительством Германии в 1994 году был введен налог на захоронение отходов (landfill tax), впоследствии широко применимый всеми странами мира и используемый до сих пор. Его введение обеспечило надлежащее ценообразование захоронения отходов, и, как следствие, рост эффективности рынка управления отходами и применения принципа «загрязнитель платит». Уровень налога на захоронение в Германии также является наибольшим в мире – по данным на 2008 год он составлял 68 Евро.

Управление отходами на основе ресурсосбережения при производстве продукции и её потреблении носит комплексный характер и включает решение широкого спектра задач экономического, природоохранного и социального назначения в соответствии с принципом субсидиарности.

Общепринятой практикой во многих высоко развитых странах является экономическое сти-

мулирование деятельности, связанной со сбором, заготовкой, переработкой отходов [1, с. 131–144]. И законы, и действия центральных и местных органов власти, направлены на помощь малым и средним предприятиям, занятым в сфере обращения с отходами. Наиболее экономически значимым было внедрение в США, а затем и широко применяемых во всех странах Европы так называемых «разрешений на выбросы с возможностью их последующей перепродажи другому производителю отходов» (tradable permits). Этот революционный инструмент экономического стимулирования является ключевым в построении рыночного механизма управления отходами [4, с. 226–243].

Также в качестве основных экономических инструментов применяются:

- прямые и косвенные субсидии частным фирмам, региональным и местным властям;
- займы и кредиты по низким процентам;
- гарантии по банковским ссудам; льготные ставки по косвенным налогам на продажу техники по переработке отходов, либо освобождение ее от налога;
- налоговые льготы от программ рециклизации частных предприятий и т. д.

Согласно данным Европейской экономической комиссии ООН, субсидии выдаются отдельным лицам и предприятиям на осуществление мер, направленных на использование отходов, либо из государственного бюджета, либо из бюджета министерств по вопросам окружающей среды или из созданных для этих целей специальных фондов. Например, в Швеции субсидии выдаются муниципалитетам и отдельным предприятиям на строительство сооружений по утилизации твердых отходов в размере до 50 % от стоимости сооружений. Субсидии в размере 25 % от стоимости сооружений выделяются для мощностей с традиционными методами утилизации при условии их перестройки в будущем на более совершенные.

В Австрии, Франции, США, Финляндии промышленным предприятиям на осуществление мероприятий по обработке и вторичному использованию отходов предоставляются займы из фондов кредитных учреждений. В ряде стран ЕС аналогичным фирмам муниципалитеты предоставляют долгосрочные займы без процентов или под небольшие проценты.

Одной из форм государственного финансового стимулирования частного сектора является льготное кредитование. В Японии мелким и средним предприятиям выдается ссуда до 80 % стоимости оборудования, крупным – до 70 %. Условия погашения кредитов — льготные по сравнению с условиями обычного коммерческого. Срок погашения – 10–12 лет при ставке 5–7 % годовых. Ставка налога на капитал для мощностей по переработке пластмассовых и органических отходов, скрапированию автомобилей на первые два года

после установления мощностей снижается на 50 % [5, с. 48–53].

В Германии определен сбор с лиц, в ведении которых находятся могильники или промежуточные склады, и лиц, вывозящих отходы. Сбор является налогом, взимаемым в пользу государства. 90 % сборов ежеквартально перечисляются в Фонд окружающей среды, 10 % – Федеральному министерству по делам окружающей среды. Средства Фонда предоставляются: общинам или объединениям общин, федеральным землям, объединениям, занимающимся отходами, предприятиям, преобладающей деятельностью которых является обезвреживание и обработка отходов, владельцам недвижимости, в пределах которой размещаются отходы.

Эффективным способом экономического стимулирования правительством промышленных предприятий по осуществлению мероприятий по обработке и вторичному использованию отходов является предоставление данным фирмам **режима ускоренной амортизации**. Соответствующие налоговые льготы по природоохранным капитальным вложениям достигают высокого уровня от 20 до 80 % в течение первого же года эксплуатации оборудования.

Помимо государственных способов стимулирования и принуждения по развитию рынка переработки отходов существует и корпоративная форма. Корпоративным соглашениям легче найти общий язык с региональными властями. Мировая практика показывает, что данная форма более обязывающая, особенно в странах с переходной экономикой [5, с. 53–58].

Внедрение систем производственной логистики устранения отходов на предприятиях муниципальных и межмуниципальных территорий европейских государств способствует рационализации обращения отходов и развитию эффективного бизнеса.

В Японии, Северной Америке и Западной Европе развит **обмен отходами**, что стимулирует их повторное использование в промышленности. Обмен базируется на предположении, что отходы одного производства могут служить сырьем для другого. Многие предприятия выступают в качестве информационных центров, издавая каталоги имеющихся отходов и требуемых отходов для информирования различных отраслей промышленности. Поэтому в промышленно развитых странах большое значение придается созданию информационно-поисковых систем, позволяющих находить оптимальную связь между источником образования отходов и их потребителем. В настоящее время в мире функционирует примерно 51 биржа отходов. Биржи делятся на коммерческие и некоммерческие. Некоммерческие организации исполняют роль информаторов (информационные биржи), т. е. осуществляют посредничество между производителями и потребителями отходов. Фи-

нансируется их деятельность государством и заинтересованными предприятиями. Коммерческие организации занимаются скупкой определенных видов отходов и их перепродажей [1, с. 145].

Мировой рынок услуг по переработке специальных промышленных отходов и очистке загрязненных почв оценивается в 20 млрд евро, из которых около 50 % приходится на операции, выполняемые самими промышленными предприятиями. Согласно прогнозу, в ближайшие годы оборот компаний, специализирующихся на данной переработке, будет расти со среднегодовым темпом 8 %. Аналогичная тенденция прослеживается и на европейском рынке ликвидации неопасных промышленных отходов. В настоящее время сектор ликвидации неопасных строительных и промышленных отходов отстает от более активных рынков отходов специальных и коммунальных. Отчетливо прослеживается тенденция возрастания инвестиций в альтернативные технологии, такие как сжигание, сортировка, превращение во вторичное сырье и биологическая обработка.

Как мы видим, анализ управления отходами в промышленно развитых странах показывает, что использование отходов в качестве вторичного сырья возможно и эффективно достигается в процессе его капитализации непосредственно при государственном регулировании с использованием законодательных, организационных, экономических, технических и экологических методов.

Несмотря на единичные проблемы некоторых стран, возникающие в связи с использованием отходов производства и потребления, тем не менее, основные подходы ведущих мировых держав к решению проблем ТБО каждый год видоизменяются и обогащаются новыми требованиями, и уже на настоящий момент с уверенностью можно сказать, что страны мира многого добились в решении данной проблемы.

Анализ существующего ныне опыта обращения и управления ТБО в Пермском крае и сопоставление его с зарубежным опытом показывают, что российская практика управления ТБО неэффективна и соответствует европейской ситуации 70-х годов. Более 90 % всех твердых бытовых отходов после одноэтапного нераздельного сбора в местах их образования вывозится на свалки и полигоны.

В сложившихся условиях необходима коррекция государственного поведения и формирования экономических инструментов с целью создания условий для развития экологического предпринимательства в данной сфере. Организационно-экономическая составляющая регионального управления в период рыночных отношений является определяющим и исключительно важным звеном в процессе повышения эффективности использования природно-экономического потенциала территории, в т. ч. и капитализации отходов производства и потребления.

Мировой опыт показывает, что эффективным способом стимулирования вторичного использования отходов является их капитализация на основе организационно-экономических методов территориального управления. Наличие действенной политики в корне меняет отношение субъектов экономической деятельности к использованию вторичного сырья и создаст предпосылки для развития рынка вторичных ресурсов. Переработка отходов из общественно полезного мероприятия становится экономически эффективной и экологически перспективной.

Положительный опыт управления отходами ведущих зарубежных стран может без сомнения иметь эффективное приложение в Пермском крае, однако прямой перенос его на российскую почву не всегда может дать положительные результаты, важную роль здесь также играют социокультурные, психологические, исторические и национальные факторы. Необходимо разрабатывать собственный комплексный механизм управления отходами, учитывая региональные особенности Пермского края.

Тем не менее, уже на первых этапах построения рациональной системы управления отходами в Пермском крае, исходя из положительного международного опыта, необходимо:

- *создать надежную правовую базу* на уровне региона, создающую прозрачные условия для регулирования вопросов обращения отходов и не создающую двусмысленности и противоречий в решении одних и тех же вопросов. Разветвленная система экологического законодательства края должна одержать основной документ – Кодекс (Закон) о природной среде Пермского края, а также свод сопутствующих экологических законов и правовых актов;

- разработать *региональные и межмуниципальные программы по обращению с отходами*, учитывающие региональные особенности Пермского края, и направленные на повышение его конкурентоспособности за счет снижения экологических рисков;

- разработать *механизм экономического стимулирования деятельности* частного бизнеса по вовлечению во вторичный оборот отходов производства и потребления через различные механизмы в виде налоговых льгот и субсидий для создания экономически привлекательных условий в системе управления отходами, направленной на производство экологически чистой продукции. Требуется внедрение экономических инструментов управления отходами, являющихся эффективным инструментом экономического стимулирования, и, что самое главное, построения рыночного механизма управления отходами;

- укрепить *систему государственного экологического контроля* в сфере обращения с отходами. Целью осуществления государственного эко-

логического контроля в области обращения с отходами производства и потребления являются:

- контроль соблюдения хозяйствующими субъектами природоохранного законодательства в области обращения с отходами производства и потребления;

- предотвращение загрязнения окружающей среды при обращении с отходами производства и потребления;

- возмещение ущерба от загрязнения окружающей среды при чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера, связанных с обращением с отходами;

- разработать *правила сбора и удаления отходов*; *создать разветвленную систему сбора отходов*, в том числе вторичного сырья. Для этого потребуются внедрение инструментов и технологий, обеспечивающих сортировку отходов их производителями, источниками и специализированными организациями с целью максимального использования вторичных ресурсов и исключения их безвозвратных потерь при захоронении.

- создать *специализированные объекты размещения отходов*. Для рационального управления отходами на территориальном уровне необходимо создание межмуниципальных мусороперерабатывающих комплексов и санитарных полигонов. В рамках новой концепции будет необходимым ликвидация или рекультивация существующих экологически опасных свалок.

Таким образом, существует необходимость разработки и утверждения на правительственном уровне **интегрированной концепции обращения с отходами производства и потребления** на территории Пермского края и ее поэтапная реализация, позволяющая создать специальную систему всеобщей ответственности за организацию сбора и переработку отходов. При этом будет задействован каждый участник процесса: хозяйствующие субъекты сферы материального производства и услуг – как собственники отходов производства и производственного потребления; физические лица – как собственники бытовых отходов; органы муниципального управления – как субъекты хозяйственной деятельности, организующие сбор, вывоз, переработку и захоронение отходов.

Внедрение концепции завершит структурное оформление отрасли санитарной очистки на региональном и муниципальном уровнях. Создание отрасли санитарной очистки будет направлено на реализацию региональной политики устойчивого развития, инвестиционную привлекательность региона и формирование рынка вторичных ресурсов и экологических услуг. Результатом деятельности отрасли будет являться улучшение санитарного и экологического состояния территорий, возврат ресурсов в хозяйственный оборот, снижение количества объектов захоронения отходов, ликвидация свалок.

Литература

1. *Clear and Competitive? Motivating environmental performance in industry*/by Rupert Howes, Jim Skea, Bob Whelan. – London: Earthscan Publications Ltd, 1997.

2. *Environmentally Sound Management In Germany*/by Andreas Jaron – Presentation on the OECD. – Mexico: Workshop on ESM, 1999.

3. *Making Cities Work. The role of Local Authorities in the Urban Environment*/by Richard Gilbert, Don Stevenson, Herbert Girardet, Richard Stren. – London: EARTHSCAN Publications Ltd., 1996.

4. *Regulation by prices, quantities, or both: a review of instrument choice* // *Oxford review of economic policy*. – 2006. – Vol. 22, № 2.

5. *Waste Treatment and Disposal. Second edition*/ by Paul T. Williams. – London: John Wiley&Sons, Ltd., 2005.

6. Отчет «Итоги экономического и социального развития Пермского края в январе–декабре 2007 года» // *Официальный сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю* – www.permstat.ru

Поступила в редакцию 15 мая 2009 г.

Шуварикова Евгения Владимировна. Аспирант очной формы обучения кафедры экономической теории и отраслевых рынков Пермского государственного университета, г. Пермь. Область научных интересов – формирование регионального механизма управления отходами. Контактный телефон: 8-902-47-600-44.

Shuvarikova Eugeniya Vladimirovna is a post graduate full-time student at the Economic Theory and Sectoral Markets Department of Perm State University, Perm. Research interests: development of a waste management regional mechanism. Tel: 8-902-47-600-44.

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

УДК 658.51-50
ББК У9(2)30в6

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА

И.А. Баяев, Т.И. Гусева

В статье предлагается авторская классификация процессов реструктуризации предприятий, которая легла в основу конкретизации критериев и модели оценки эффективности процессов реструктуризации предприятий в условиях финансового кризиса. Предлагаемая модель ориентирована на рост стоимости и конкурентоспособности предприятия при минимуме средств, вложенных в реструктуризацию предприятия.

Ключевые слова: реструктуризация предприятий; стоимость предприятия, конкурентоспособность, финансовый кризис.

В условиях мирового финансового кризиса, который обуславливает снижение спроса на российский экспорт, кризис ликвидности в банковском секторе, глобальную переоценку рисков, увеличивается количество предприятий, находящихся на грани банкротства. Для целых отраслей, например, машиностроения, в этих условиях на первый план выходит задача выживания на рынке. Интеграционные процессы в виде сделок по слияниям и поглощениям перемещаются из ограниченного круга крупных корпораций в сегмент среднего и малого бизнеса. В условиях мировой финансовой нестабильности эффективное управление процес-

сами реструктуризации промышленных предприятий является важнейшим фактором их выживания и достижения конкурентоспособности и стратегической устойчивости.

Для конкретизации критериев эффективности процессов реструктуризации предприятий необходимо классифицировать виды реструктуризационных процессов. Обобщив существующие подходы к определению сущности и механизмов реструктуризации, мы предлагаем следующую классификацию процессов реструктуризации (рис. 1).

Изменение внутренней структуры предприятия подразумевает изменения структуры компании,

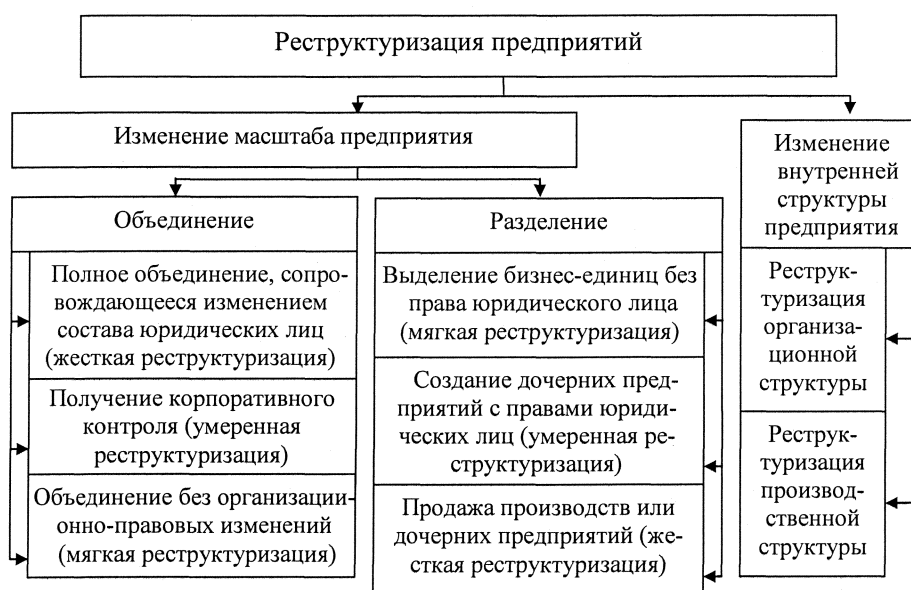


Рис. 1. Классификация процессов реструктуризации

капитала или собственности, которые не являются частью повседневной деятельности предприятия, в целях финансового оздоровления, повышения платежеспособности и улучшения показателей деятельности в краткосрочной перспективе.

Процесс изменения масштабов предприятия носит стратегический характер и призван повысить инвестиционную привлекательность предприятия и его рыночную стоимость в долгосрочной перспективе.

С точки зрения изменения масштабов предприятия процессы реструктуризации предлагается разделить на «жесткие», «умеренные» и «мягкие». «Жесткая» реструктуризация предполагает объединение/разделение всех видов деятельности и бизнес-процессов предприятий-участников. К «умеренной» реструктуризации мы относим процессы объединения/разделения, осуществляемые через механизм приобретения корпоративного контроля, под которым в узком смысле слова понимается право назначать руководителей, а в широком – возможность собственников определять принятие управленческих решений и осуществлять контрольные функции. В рамках «мягкой» реструктуризации объединение/разделение предприятий происходит на контрактной основе, без организационно-правовых изменений для каждой из сторон. Мотив – достижение стратегических целей, реализация которых может предполагать централизацию отдельных функций управления и контроля.

Для каждого вида реструктуризации характерны специфические цели, задачи и этапы анализа, а, следовательно, и показатели эффективности процесса. Учитывая уникальность каждого промышленного предприятия, особенности выбранного направления реструктуризации, различий в уровнях доступности, полноты и достоверности информационной базы, не представляется возможным разработать единую систему показателей для анализа эффективности процессов их реструктуризации. В то же время необходимо выделить группы унифицированных показателей, обеспечивающих обоснование эффективности процессов реструктуризации.

При разработке долгосрочной стратегии реструктуризации предприятия, прежде всего, необходимо определить оптимальные интервальные значения эффекта реструктуризации с точки зрения увеличения стоимости бизнеса.

В предлагаемой модели оценка стоимости предприятия производится следующим образом.

1. Рассчитывается стоимость предприятия с позиций доходного, имущественного и сравнительного подходов.

В условиях кризиса для оценки стоимости предприятия при использовании доходного подхода сначала анализируется вся имеющаяся отчетность по стандартным методикам [1]. Выявляются причины колебаний операционных и финансовых

показателей, проверяется соответствие основных коэффициентов доходности, ликвидности и финансовой устойчивости среднеотраслевым значениям. После этого прогнозируются денежные потоки с учетом факторов, вызванных кризисом. Одним из вариантов использования доходного метода, адаптированным к условиям финансового кризиса, является метод реальных опционов. Этот метод поможет максимально привязать оценку к изменению ситуации в условиях кризиса. В рамках сравнительного подхода оценку стоимости предприятия получают, исходя из известной стоимости аналогичного бизнеса, схожего с оцениваемым по ряду основных параметров. В обычной практике под оценкой стоимости бизнеса, как правило, понимают оценку стоимости акций компании. Однако сегодня в условиях кризиса рекомендуется учитывать показатели, которые можно рассчитать на основе баланса предприятия (финансовый рычаг, чистые активы и т. д.), можно использовать также показатель отношения стоимости компаний-аналогов к показателю эффективности их деятельности (прибыль до выплаты процентов, налогов и амортизации EBITDA). Стоимость оцениваемого бизнеса рассчитывается путем корректировки аналогичного показателя оцениваемой компании на необходимую норму доходности. При этом лучше делать оценку по нескольким мультипликаторам. Основным допущением данного метода является предположение, что в условиях кризиса в прогнозном периоде свободные денежные потоки компании (поступление денежных средств минус выбытие) будут близки к нулевым.

При использовании затратного подхода в условиях кризиса нужно учитывать следующие моменты:

- для оценки основных средств необходимо учитывать реальную ликвидность актива, а не только его балансовую стоимость;

- для оценки запасов нужно провести анализ запасов как сырья, так и готовой продукции по срокам нахождения на складе и убедиться в правильности оценки наиболее существенных видов запасов;

- дебиторская задолженность требует проведения анализа с выявлением наиболее крупных дебиторов, разбивки задолженности по срокам возникновения и вероятности возврата и дальнейшей корректировки;

- для оценки финансовых вложений нужно изучить состояние эмитентов, если вложения представлены акциями других предприятий. Если предприятие выдало заем, необходимо оценить статью, исходя из уровня доходности и платежеспособности заемщика;

- при оценке денежных средств необходимо убедиться, что они не лежат на счетах в сомнительных банках и по-прежнему доступны;

- для оценки кредитов и займов необходимо проанализировать условия заимствования, оценить

вероятность увеличения кредитором процентной ставки, досрочного истребования долга, увеличения залоговой массы, и при необходимости скорректировать статью в сторону увеличения. Для оценки кредиторской задолженности нужно убедиться в отсутствии просроченной задолженности перед ключевыми поставщиками, персоналом, налоговыми органами, и в случае необходимости сформировать резервы под возможные санкции.

Если все показатели стоимости предприятия обладают «размытостью», т. е. их точное значение неизвестно, тогда в качестве исходных данных уместно использовать так называемые треугольные нечеткие числа [2]. Для определения стоимости предприятия необходимо задаться следующими наборами нечетких чисел (табл. 1).

2. Определяется итоговая нечетко-множественная оценка стоимости предприятия на основе взвешивания результатов оценок, полученных в рамках каждого из трех подходов к оценке. Чем меньше разброс между максимальным и минимальным значением стоимости бизнеса, тем более острым треугольником становятся функции принадлежности стоимости предприятия и тем выше степень уверенности в проведенных расчетах, т. е. выше значение переменной «Надежность оценки стоимости бизнеса».

Если процесс реструктуризации может обеспечить предприятию приращение стоимости, важно определить, насколько существенна эта стоимость в рамках конкретного предприятия и насколько серьезны перспективы ее роста. Необходи-

ма оценка процесса реструктуризации с точки зрения обеспечения приращения стоимости бизнеса, которую целесообразно проводить на основе динамических показателей.

Для построения динамических показателей движения стоимости бизнеса могут применяться главным образом экспертные методы. Полученные в результате экспертного оценивания прогнозные динамические ряды значений точечных показателей тем или иным способом необходимо привести к функциональному виду, единственным требованием которого является достаточная близость теоретической кривой к спрогнозированным экспертами значениям динамического ряда. Задача функционального описания динамики стоимости бизнеса может быть решена с использованием модели экономических жизненных циклов, в рамках которой существует математическое описание динамики объемов продаж по стадиям типового жизненного цикла предприятия. В этом случае построение функций, описывающих динамические показатели движения стоимости, производится путем приведения динамики объемов продаж к соответствующей динамике «ведущего» показателя расчета стоимости бизнеса в рамках конкретного метода. Порядок построения функций движения стоимости бизнеса проводится в табл. 2.

Оценив приращение стоимости предприятия с учетом динамики движения, можно сделать вывод о наличии или отсутствии стоимостного разрыва в результате реструктуризации предприятий.

При определении стоимости предприятия не-

Таблица 1

Наборы нечетких чисел в методах определения стоимости предприятия

| Подход | Метод | Наборы треугольных нечетких чисел |
|---------------|------------------------|--|
| Доходный | NPV-метод | $\underline{r} = (r_{\min}, \bar{r}, r_{\max})$ – невозможно точно оценить стоимость капитала, используемого в проекте (например, соотношение собственных и заемных средств, а также процент по долгосрочным кредитам); $\underline{\Delta P}_t = (\Delta P_{\min}, \bar{\Delta P}_t, \Delta P_{\max})$ – диапазон изменения денежных результатов деятельности предприятия прогнозируется с учетом возможных колебаний цен на реализуемую продукцию, стоимости потребляемых ресурсов, условий налогообложения, влияния других факторов; $\underline{C} = (C_{\min}, \bar{C}, C_{\max})$ – невозможно четко представить потенциальные условия будущей продажи действующего предприятия или его ликвидации |
| Сравнительный | Метод сравнения продаж | $\underline{U} = (U_{\min}, \bar{U}, U_{\max})$ – невозможно точно оценить стоимость предприятия, схожего по характеристикам (отрасль, продукция, технологии и т. п.) объектов-аналогов, чья рыночная стоимость известна; $\underline{\Delta P}_t = (\Delta P_{\min}, \bar{\Delta P}_t, \Delta P_{\max})$ – диапазон изменения денежных результатов деятельности предприятия прогнозируется с учетом возможных колебаний цен на реализуемую продукцию, стоимости потребляемых ресурсов, условий налогообложения, влияния других факторов |
| Затратный | Метод чистых активов | $\underline{A} = (A_{\min}, \bar{A}, A_{\max})$ – невозможно точно оценить рыночную стоимость активов; $\underline{O} = (O_{\min}, \bar{O}, O_{\max})$ – невозможно точно оценить рыночную стоимость обязательств |

Функции движения стоимости бизнеса

| Стадии жизненного цикла предприятия | Функциональное описание динамики продаж | Функциональное описание динамики стоимости бизнеса | |
|--|---|---|---|
| | | С позиции доходного подхода | С позиции сравнительного подхода на базе мультипликатора Цена/Выручка (M_B) |
| | | $V = \sum_{t=1}^T CF_t \cdot \frac{1}{(1+r)^t}$ $CF_t = B_t \cdot K_B$ $K_B = k_1 \cdot (1 - h_{CF}) - k_2$ | $V = B \times M_B$ |
| Зарождения | $B = e^{at} \cdot t^b$ | $V(t) = K_B \cdot \sum_{t=1}^T e^{at} \cdot t^b \cdot \frac{1}{(1+r)^t}$ | $V(t) = e^{at} \cdot t^b \cdot M_B$ |
| Ускорения роста | $B = B_0 \cdot e^t$ | $V(t) = B_0 \cdot K_B \cdot \sum_{t=1}^T e^t \cdot \frac{1}{(1+r)^t}$ | $V(t) = B_0 \cdot e^t \cdot M_B$ |
| Замедления роста | $B = B_0 \cdot \frac{b}{a} \cdot \frac{t+a}{t+b}$ | $V(t) = B_0 \cdot K_B \cdot \frac{b}{a} \cdot \sum_{t=1}^T \frac{t+a}{t+b} \cdot \frac{1}{(1+r)^t}$ | $V(t) = B_0 \cdot \frac{b}{a} \cdot \frac{t+a}{t+b} \cdot M_B$ |
| Зрелости | $B = B_0 + at - ct^2$ | $V(t) = K_B \cdot \sum_{t=1}^T (B_0 + at - ct^2) \cdot \frac{1}{(1+r)^t}$ | $V(t) = (B_0 + at - ct^2) \cdot M_B$ |
| Спада | $B = B_0 - at$ | $V(t) = K_B \cdot \sum_{t=1}^T (B_0 - at) \cdot \frac{1}{(1+r)^t}$ | $V(t) = (B_0 - at) \cdot M_B$ |
| <p>V – стоимость бизнеса; CF_t – денежный поток в году t; B_t – объем продаж в году t; k_1 – среднее отношение фактического уровня денежного потока к объему продаж; h_{CF} – отношение фактических платежей по налогу на прибыль к денежному потоку; k_2 – отношение инвестиций в поддержание и развитие бизнеса к объему продаж в нем; a, b, c – эмпирические коэффициенты.</p> | | | |

обходимо также учитывать нелинейный характер процесса развития предприятия, обусловленный циклическим развитием экономики. По мнению автора, горизонт прогноза для расчета стоимости предприятий должен включать посткризисный период развития экономики, в течение которого функция стоимости предприятия будет меняться с учетом фазы депрессии, на которой национальный доход продолжает снижаться, объем инвестиций близок к нулю, а затем фазы оживления, на которой спад производства сменяется подъемом.

Модель состояния динамической системы в общем случае описывается уравнением Мальтуса

$$\frac{\partial x}{\partial t} = kx,$$

где $\frac{\partial x}{\partial t}$ – изменение аргумента x за промежуток времени; k – коэффициент роста.

Решением такого уравнения будет являться функция

$$x = Ce^{kt},$$

где C – константа; t – время.

Таким образом, стоимостная оценка предприятия будет равна произведению итоговой нечетко-множественной оценки стоимости предприятия на нелинейную функцию e^{kt} .

Для определения стоимости предприятия необходимо оценить коэффициент роста, который показывает величину изменения стоимости предприятия при изменении национального дохода:

$$k = \left(\frac{\partial V_\phi}{\partial \text{ВВП}} - 1 \right) \cdot \lambda,$$

где V_ϕ – стоимость предприятия; ВВП – валовой национальный продукт; λ – чувствительность траектории развития предприятия к внешним факторам.

Коэффициент роста k представляет собой предел изменения стоимости предприятия за период под воздействием внешних факторов. При $k = 0$ изменения отсутствуют. Для оценки коэффициента роста предлагается также применить математический аппарат теории нечетких множеств. Построим лингвистическую переменную «чувствительность процесса развития предприятия к циклам развития экономики», структура которой приведена в табл. 3.

Таблица 3

Структура лингвистической переменной

| Элемент | Обозначение | Содержание |
|----------------------------|--------------|---|
| Лингвистическая переменная | X | Чувствительность процесса развития предприятия к циклам развития экономики |
| Синтаксическое правило | G | Величина чувствительности процесса развития предприятия к циклам развития экономики |
| Термы множества | $T(X)$ | Очень высокая, высокая, выше средней, средняя, ниже средней, низкая, очень низкая |
| Семантическое правило | $M(X)$ | $M(X) = (X, \mu_{T(X)}(X))$ |
| Носитель множества | U | Интервал, задаваемый экспертами |
| Функция принадлежности | $\mu_{T(X)}$ | Функция с областью определения $u \in U$ и областью допустимых значений $[0;1]$ |

Применение предложенных способов оценки стоимости предприятия позволяет определять его наиболее ожидаемую величину с учетом взаимовлияния факторов внешней и внутренней среды функционирования производственной системы.

В условиях динамичности и неопределенности внешней среды в систему показателей эффективности реструктуризации должны входить не только показатели стоимости предприятия, но и показатели конкурентоспособности. Финансовые показатели отражают исключительно результаты деятельности компании, однако не раскрывают пути их достижения. Кроме того, с помощью одних лишь финансовых показателей невозможно проконтролировать эффективность инвестирования в нематериальные активы (бренд, репутация, персонал), между тем именно от них во многом зависит успех компании на рынке.

Таким образом, для оценки эффективности реструктуризации следует определить реальный характер вклада реструктуризации предприятия в конкурентоспособность предприятия.

Принятие решения о реструктуризации предприятий должно основываться на оценке ожидаемого изменения интегрального показателя конкурентоспособности предприятия в результате реструктуризации ($KC_n^1 - KC_n^0$) и сопоставлении величины этого изменения с величиной разрыва между показателями конкурентоспособности данного предприятия и его ведущего конкурента ΔKC_n^K :

$$(KC_n^1 - KC_n^0) \rightarrow \Delta KC_n^K.$$

Решение о проведении реструктуризации на основе показателя конкурентоспособности будет положительным при соблюдении следующего неравенства $(KC_n^1 - KC_n^0) > 0$.

В случае, когда соблюдается неравенство вида $(KC_n^1 - KC_n^0) \leq 0$, предприятию следует отказаться от реструктуризации.

Однако реструктуризация может быть экономически оправданной и в случае, когда соблюда-

ется неравенство $(KC_n^1 - KC_n^0) \geq \Delta KC_n^K$, т. е. реструктуризация будет способствовать приближению конкурентных позиций предприятия к его ведущему конкуренту, несмотря на то, что альтернативное использование денежных средств, необходимых для этого, принесет ему больше выгод.

Реструктуризация предприятий должна обеспечивать оптимальный баланс между экономическим эффектом и затратами на проведение процесса реструктуризации. Затраты по осуществлению процесса реструктуризации учитывают работу специалистов, рекламу, услуги юристов и инвестиционных консультантов, стоимость используемых финансовых ресурсов, регистрацию и оформление. Все затраты должны рассматриваться во временном аспекте и приводиться к моменту осуществления оценки.

В случае покупки предприятия необходимо учесть премию за контроль – превышение стоимости права контроля над реальной рыночной стоимостью объекта или, иными словами, величину переплаты собственникам компании-цели за право контроля. Отметим, что премия может оказаться и отрицательной величиной, если полученная инициатором оценка справедливой стоимости права контроля занижена по сравнению с его рыночной стоимостью.

Так как в ходе реструктуризации происходит переформирование структуры капитала (изменение соотношения и цены собственного и заемного капитала, что влечет за собой изменение средневзвешенной цены капитала), то для оценки изменения в уровне финансового риска можно использовать показатель:

$$\Delta FR = \left(\frac{WACC_P}{WACC_0} - 1 \right) \times 100\%,$$

где ΔFR – изменение финансового риска предприятия; $WACC_P$ – средневзвешенная цена капитала после проведения реструктуризации; $WACC_0$ – средневзвешенная цена капитала до проведения реструктуризации.

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

Если $WACC_p$ больше $WACC_0$, это означает рост финансового риска для компании, рост затрат на капитал, а следовательно, ужесточение требований к показателю «рентабельность капитала».

Принятие решения о форме реструктуризации: «жесткой», «умеренной» и «мягкой» производится на основе алгоритма оценки эффективности реструктуризации промышленных предприятий (рис. 2).

На первом этапе проводится анализ влияния реструктуризации предприятия на изменение стоимости предприятия с учетом динамики движения и множества влияющих факторов. В случае «мягкой» и «умеренной» реструктуризации стои-

мость предприятия может не измениться или измениться незначительно.

На втором этапе проводится определение влияния реструктуризации на изменение конкурентоспособности предприятия и продукции.

Задача третьего этапа реализации модели состоит в сравнении результатов расчетов с целью поиска оптимальной формы реструктуризации предприятия. В качестве критерия оптимальности предлагается использовать показатель эффективности влияния реструктуризации на стратегическую устойчивость предприятия, который выражает:

– роль реструктуризации как фактора повышения стоимости и конкурентоспособности предприятия;

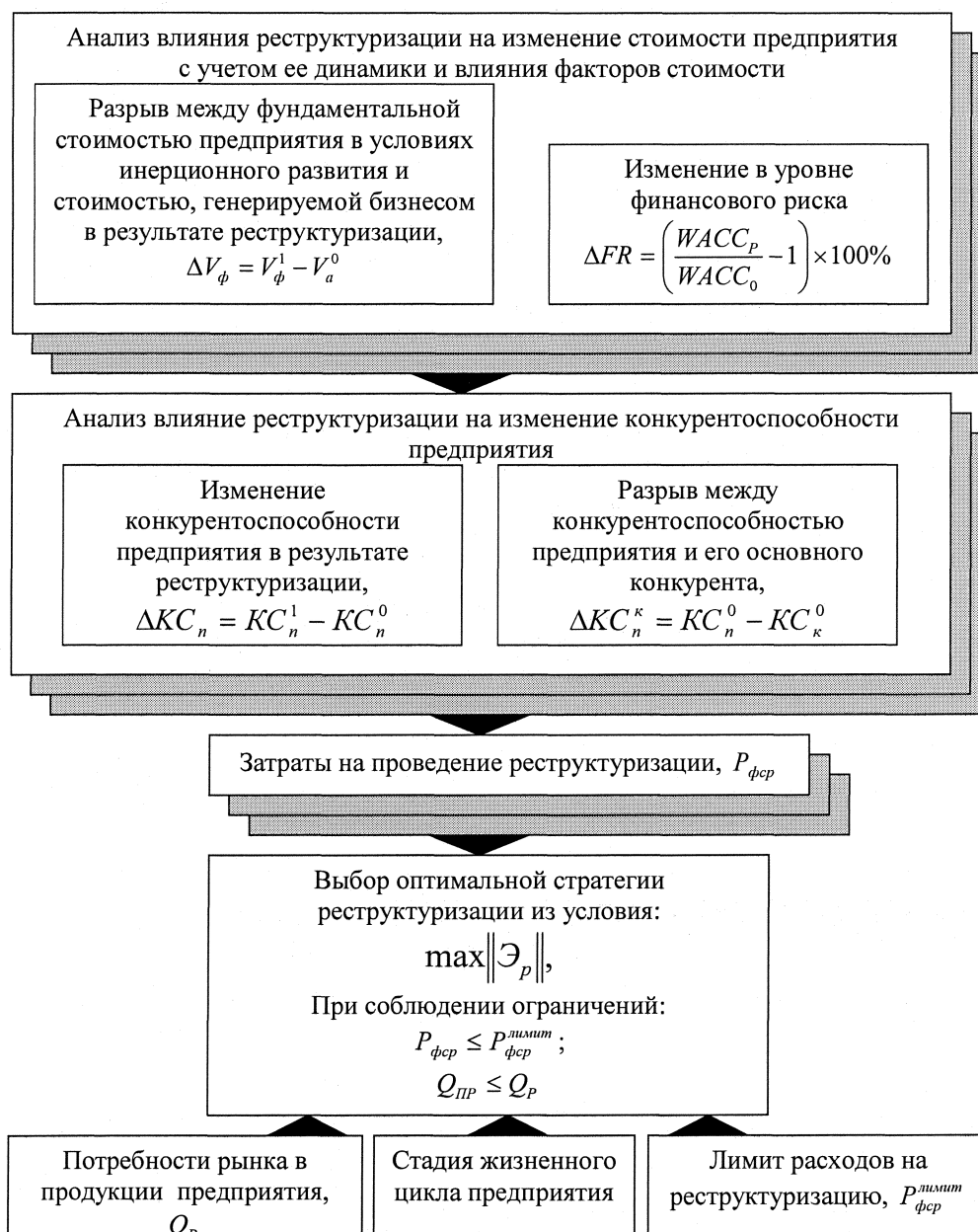


Рис. 2. Алгоритм выбора формы реструктуризации предприятия

– количественно выражает отдачу средств, вложенных в реструктуризацию, и рассчитывается как отношение планируемых выгод от проведения процесса к текущей стоимости прогнозируемых расходов на реструктуризацию.

Сравнительная оценка результатов расчетов между собой позволяет выбрать вариант реструктуризации предприятий, обеспечивающий получение максимального экономического эффекта при минимуме средств, вложенных в реструктуризацию предприятия. Ограничения при выборе оптимальной стратегии продиктованы внутренними (лимит ресурсов, выделяемых в стратегическом плане развития предприятия) и внешними (потребностями рынка) требованиями.

Обоснованное принятие решения о стратегической реструктуризации предприятия осложняется неполнотой исходной информации, которая объясняется влиянием большого числа внешних факторов, отсутствием или труднодоступностью необходимых данных о некоторых переменных процессах. Кроме того, даже достаточный объем ретроспективных данных в условиях кризиса не гарантирует необходимой достоверности прогнозируемых процессов. В современных условиях невозможно получить адекватные модели оценки эффективности реструктуризации промышленных предприятий с помощью традиционных подходов, учитывающих доступные экспертные знания. Формализацию экспертных данных в математическую модель предлагается осуществить с помощью теории нечетких множеств.

Назовем обобщающим критерием эффективности реструктуризации предприятия показатель R . Чем больше значение этого показателя, тем выше эффективность реструктуризации предприятия. Обозначим факторы эффективности через x_1, x_2, \dots, x_n , тогда модель эффективности реструктуризации предприятия будет представлять функциональное отображение вида: $X=(x_1, x_2, \dots, x_n) \rightarrow R \in [0; 1]$. Для оценки риска стратегической реструктуризации предприятия необходимо ввести в систему показате-

телей лингвистическую переменную «степень риска реструктуризации». Решение о проведении реструктуризации должно приниматься на основе анализа комплексного показателя эффективности реструктуризации и степени риска. Построенная модель позволяет оценить эффективность реструктуризации предприятия на основе системы частных показателей эффективности, их экспертных оценок и прогнозировать итоговую эффективность реструктуризации при анализе различных стратегий ее реализации.

Для работы с моделью целесообразно использовать пакет прикладных программ Fuzzy Logic Toolbox, входящий в состав среды MatLab. Он позволяет создавать системы нечеткого логического вывода и нечеткой классификации в рамках среды MatLab. Одним из преимуществ данного программного обеспечения является наличие простого и хорошо продуманного интерфейса, графических средств, позволяющих проектировать и диагностировать нечеткие модели в интерактивном режиме. В общем случае число входящих переменных модели определяется, целью и задачами моделирования. Основу нечеткой модели составляют формализованные с помощью теории нечетких множеств лингвистические высказывания экспертов. Для комплексной оценки эффективности реструктуризации предприятия на основе нечетко-множественного подхода необходимо выбрать показатели, которые наилучшим образом характеризуют эффективность процесса реструктуризации и образуют законченную совокупность.

Литература

1. Россохин, В.В. Анализ подходов к фундаментальной оценке стоимости акций / В.В. Россохин // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2008. – № 6 (111). – С. 56–62.
2. Заде, Л.А. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений: пер. с англ. / Л.А. Заде. – М.: Мир, 1976. – С. 165.

Поступила в редакцию 2 сентября 2009 г.

Баев Игорь Александрович. Доктор экономических наук, профессор, декан факультета экономики и управления, заведующий кафедрой экономики и финансов Южно-Уральского государственного университета. Область научных интересов – экономика и управление деятельностью предприятий. Контактный телефон: (8-351) 265-18-30.

Baev Igor Aleksandrovich is Dr.Sc. (Economics), Professor, Dean of the Economics and Management Faculty, Head of Economics and Finance Department of South Ural State University. Research interests: economy and management of enterprises. Tel: (8-351) 265-18-30.

Гусева Татьяна Игоревна. Старший преподаватель кафедры экономики и права Южно-Уральского государственного университета, филиал в г. Златоусте. Область научных интересов – экономика, анализ и планирование деятельности промышленных предприятий. Контактный телефон: (8-351) 363-62-34.

Guseva Tatyana Igorevna is senior lecturer at the Economy and Right Department of South Ural State University, branch in the city of Zlatoust. Research interests: economy, analysis and planning of industrial enterprises. Tel: (8-351) 363-62-34.

УПРАВЛЕНИЕ СТРУКТУРОЙ АКТИВОВ НА ОСНОВЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА

В.А. Киселева, С.А. Шикина

Статья посвящена проблеме формирования финансовой политики управления структурой активов производственного предприятия на основе сформулированной стратегии. Автором рассмотрены условия формирования оптимальной структуры активов производственного предприятия на основе функциональной модели оптимизации структуры капитала хозяйствующего субъекта в условиях кризисной ситуации, сложившейся на рынке стройиндустрии. Обоснован выбор финансовой политики, направленной на дробление капитала и разделение имущества. Отмечены особенности управления структурой активов производственного предприятия в условиях кризиса.

Ключевые слова: политика управления, актив производственного предприятия, финансовая политика, структура активов.

Современный рынок диктует свои условия, и предприятия зачастую вынуждены оперативно менять политику управления в зависимости от внешних факторов, чтобы удержать свою позицию на рынке. Это, соответственно, требует совершенствования методов системы управления предприятием и одно из направлений – управление величиной и структурой активов.

Большинство современных ученых (Бланк И.А., Ковалев В.В., Стоянова Е.С. и другие) в части управления активами понимают деятельность предприятия, направленную на достижение поставленных целей путем рационального использования имеющихся ресурсов с применением принципов и методов экономического механизма управления. В частности, И.А. Бланк под управлением активами понимает «...систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с их формированием, эффективным использованием в различных видах деятельности предприятия и организацией их оборота» [1].

В свою очередь, имущество предприятия можно представить как совокупность активов, находящихся в определенном сочетании, предназначенных для получения экономических выгод (понятие актив – от лат. *activus*, обозначающий деятельный, приносящий доход). В рамках данной статьи принимаем следующее.

Активы предприятия (СА) (*assets of enterprise*) – это основные (внеоборотные) и оборотные средства, которые находятся в его владении, распоряжении и управлении с целью получения предприятием прибыли.

Внеоборотные средства (ВНА) (*Long-term Assets*) – определяются как активы хозяйствующего субъекта, принимающие участие в производственно-коммерческой деятельности, которые являются амортизируемыми.

Оборотные средства (ОА) (*Current Assets*) – это активы предприятия, возобновляемые с определенной регулярностью для обеспечения текущей деятельности вложения и которые однократно оборачиваются в течение года или одного операционного цикла» [2].

Активы динамичны по своей природе и в процессе функционирования; как величина активов, так и их структура меняются. Управление структурой активов является эндогенным фактором эффективного управления предприятием и предполагает анализ следующих аспектов:

- 1) определение оптимальных объемов производства, структуры доходов и расходов;
- 2) определение источников финансирования по величине, составу и структуре.

Влияние объемов производства на структуру активов было ранее рассмотрено нами в работе [3]. В данной статье попытаемся проанализировать влияние выбранной стратегии развития предприятия на структуру активов предприятия.

Между активами предприятия и источниками их формирования существуют определенные соотношения. Согласно правилам финансового менеджмента предполагается, что оборотные активы финансируются за счет краткосрочных источников, а внеоборотные средства – за счет собственного капитала или долгосрочных обязательств. Учитывая, что стоимость привлечения капитала определяется его видом:

- **краткосрочные обязательства (КО)** – это привлеченные заемные средства и текущая задолженность предприятия. В известном смысле бесплатный источник, поставщиками средств являются заказчики и прочие кредиторы;

- **долгосрочные обязательства (ДО)** – это долгосрочно (более года) привлеченные заемные средства. Платный источник – оплата в виде процентов, поставщиками средств выступают лендеры;

• *собственный капитал* (СК) – это условный термин, означающий долю собственников в финансировании общей суммы активов предприятия. Платный источник – оплата в виде дивидендов, поставщиками средств выступают собственники.

Можно сделать вывод о взаимосвязи структуры капитала и структуры активов. То есть оптимизируя структуру капитала, мы одновременно оптимизируем структуру активов в соответствии с целями и задачами, стоящими перед предприятием. Данная точка зрения совпадает с мнением современных ученых, в частности, Myers S.C. отмечает: «Оптимизация структуры капитала – это непрерывный процесс адаптации к изменениям экономической ситуации, налогового законодательства, сил конкуренции. Решение о выборе структуры капитала нельзя принимать изолированно. Оно должно быть частью обоснованной стратегии финансирования, в которой учитываются рыночная позиция компании, будущие инвестиционные возможности, ожидаемые денежные потоки, финансовая политика и потребность в финансировании» [5].

Рассмотрим управление структурой активов на основе «функциональной модели оптимизации выбора политики управления структурой капитала» [4], предложенной Гончаровым А.И. (см. рисунок).

Данная модель содержит в себе финансовые инструменты, механизмы внутренней и внешней структурной оптимизации капитала и финансовой политики. На основании сформулированной стратегии развития предприятия, разработанной на основании обоснованной стратегии финансирования, в которой учитываются рыночная позиция компании, будущие инвестиционные возможности, ожидаемые денежные потоки, финансовая политика и потребность в финансировании (SWOT-анализ) или другой концепции, производится разработка стратегии развития предприятия.

Выбор финансовой политики в соответствии с разработанной стратегией развития предприятия проводится в **два этапа**.

На первом этапе выбираем одну из четырех финансовых политик, расположенных по диагонали матрицы, каждая из которых предполагает выбор основного направления финансовой политики изменения структуры предприятия:

1) *принципиальное решение об объединении данного предприятия с другими, более мощными компаниями (синергия капиталов)*;

2) *увеличение капитала* предприятия является также перспективным направлением финансовой политики;

3) *уменьшение капитала* предприятия в ходе оптимизации структуры для устранения излишнего имущественного бремени;

4) *дробление капитала* предприятия, как вынужденная мера, способствует финансовому оздоровлению и последующему развитию прежнего хозяйствующего субъекта по частям.

На втором этапе для выбранного направле-

ния определяем набор финансово-хозяйственных инструментов, обеспечивающих формирование новых предприятий. Шесть финансово-хозяйственных инструментов, обеспечивающих формирование новых предприятий, расположены ниже главной диагонали матрицы:

1) присоединение к финансово-промышленной группе;

2) слияние капиталов двух и более предприятий;

3) выделение из действующего двух и более предприятий – мера эффективная для восстановления платежеспособности хозяйствующего субъекта в силу «отсечения» финансово проблемной его части, но чаще всего – за счет интересов государства как получателя налогов или собственника;

4) преобразование предприятия в другую организационно-правовую форму;

5) разделение имущества на два и более предприятия;

6) продажа предприятия как единого комплекса имущества.

Другие шесть финансово-хозяйственных инструментов, обеспечивающих развитие действующего предприятия, расположены выше главной диагонали матрицы:

1) продажа непрофильных активов и вспомогательных производств;

2) концентрация финансово-сбытовых потоков через собственную территориальную сеть;

3) финансовый лизинг дает существенную экономию финансового потока на длительную перспективу;

4) листинг акций;

5) финансовые механизмы технологических инноваций способствуют экономии;

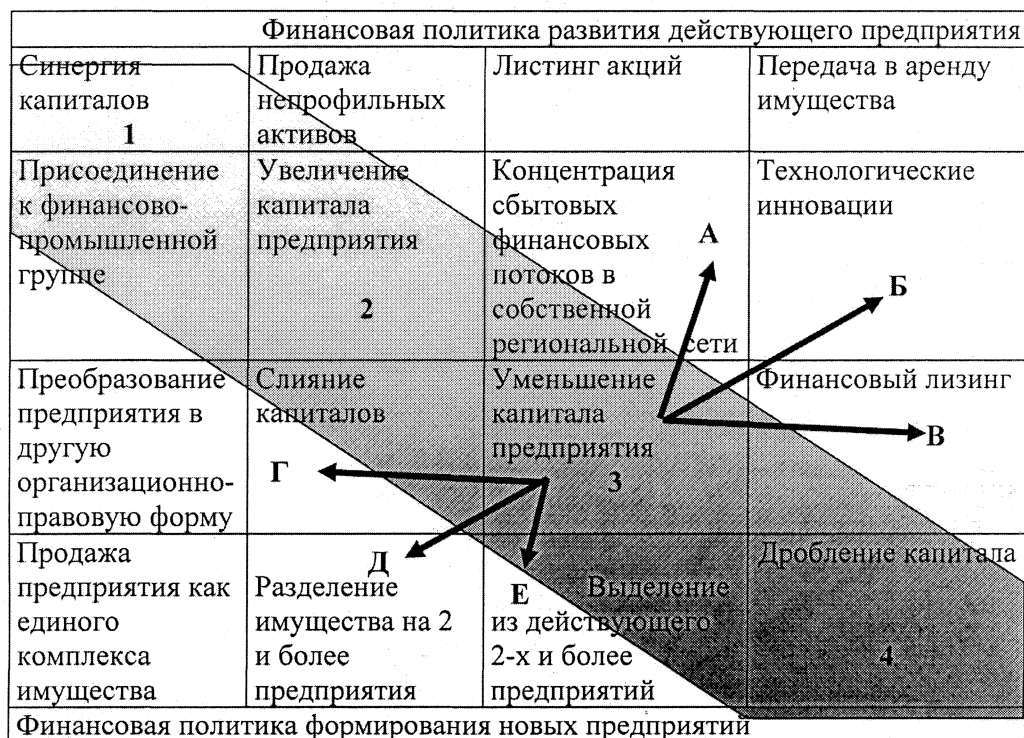
6) передача в аренду имущества.

Из шести финансово-хозяйственных инструментов, выше и ниже лежащих, выбираем те, которые соответствуют финансовой политике предприятия. Например, если принято направление увеличения капитала предприятия **поз. 2** в части формирования новых предприятий, то выбирается политика из шести, *расположенных ниже главной диагонали матрицы*. Если будет продолжена стратегия развития предприятия, тогда выбирается политика из шести вариантов, *расположенных выше главной диагонали матрицы*.

Рассмотрим апробацию данной модели на примере отчетности строительного предприятия Челябинской области. Финансовая отчетность, сформированная на основе реальных данных, приведена в сгруппированных аналитических таблицах (табл. 1–5).

Учитывая, что данное предприятие развивалось в благоприятных условиях, рынок стройиндустрии характеризовался высокой нормой прибыли, что привело к высоким темпам его роста, объемы производства в натуральном выражении с 2001 по 2008 гг. выросли примерно в 6 раз (темпы роста

Управление инвестициями и инновационной деятельностью



Функциональная модель оптимизации структуры капитала хозяйствующего субъекта

Агрегированный баланс ЗАО «ААА», тыс. руб.

Таблица 1

| Наименования статей | Отчетные даты | | | |
|-------------------------------------|----------------|----------------|------------------|------------------|
| | 01.01.2005 | 01.01.2006 | 01.01.2007 | 01.01.2008 |
| Основные средства | 25 023 | 54 774 | 58 484 | 118 490 |
| Незавершенное строительство | 373 232 | 620 330 | 924 262 | 1 837 667 |
| Долгосрочные фин. вложения | 0 | 1 482 | 1 634 | 78 459 |
| === Итого по разделу I | 398 255 | 676 586 | 984 380 | 2 034 616 |
| Запасы | 35 216 | 40 650 | 109 189 | 183 910 |
| НДС по приобретенным ценностям | 66 295 | 94 693 | 152 903 | 299 269 |
| Дебиторская задолж. (через 12 мес.) | 15 372 | 23 160 | 203 962 | 314 614 |
| Дебиторская задолж. (до 12 мес.) | 118168 | 56764 | 15002 | 2587 |
| Краткосрочные фин. вложения | 2 253 | 134 | 3 167 | 168 |
| Денежные средства: | 0 | 4 134 | 13 972 | 23 583 |
| === Итого по разделу II | 237 304 | 219 535 | 498 195 | 824 131 |
| БАЛАНС | 635 559 | 896 121 | 1 482 575 | 2 858 747 |
| Уставный капитал | 49 | 49 | 49 | 150 |
| Добавочный капитал | 5 507 | 5 507 | 5 507 | 5 507 |
| Целевое финансирование | 438 843 | 478 398 | 761 399 | 1 857 399 |
| Нераспределенная прибыль | 9 157 | 23 979 | 118 183 | 205 394 |
| === Итого по разделу IV | 453 568 | 507 945 | 885 140 | 2 068 458 |
| Отложенные налоговые обязательства | 62 300 | 62 300 | 0 | 0 |
| === Итого по разделу V | 62 300 | 62 300 | 0 | 0 |
| Заемные средства | 0 | 138 340 | 55 494 | 211 072 |
| Кредиторская задолженность | 119 691 | 187 536 | 541 941 | 579 217 |
| === Итого по разделу VI | 119 691 | 325 876 | 597 435 | 790 289 |
| БАЛАНС | 635 559 | 896 121 | 1 482 575 | 2 858 747 |

Таблица 2

Отчет о финансовых результатах ЗАО «ААА», тыс. руб.

| Наименования позиций | Отчетные даты | | | |
|---------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| | 01.01.2005 | 01.01.2006 | 01.01.2007 | 01.01.2008 |
| Выручка (нетто) | 24 555 | 40 233 | 244 216 | 441 124 |
| Себестоимость реализации | 6 032 | 8 614 | 85 522 | 280 491 |
| Управленческие расходы | 8 046 | 7 383 | 8 641 | 11 072 |
| Прибыль от реализации | 10 477 | 24 236 | 150 053 | 149 561 |
| Прочие доходы | 0 | 4 087 | 42009 | 37308 |
| Прочие расходы | 0 | 8 113 | 20 035 | 16 868 |
| Прибыль отчетного периода | 10 477 | 20 210 | 125 651 | 117 615 |
| Налог на прибыль | 2 888 | 5 137 | 30 958 | 29 948 |
| Нераспределенная прибыль | 7 589 | 15 073 | 94 693 | 87 667 |

Таблица 3

Вертикальный анализ баланса ЗАО «ААА»

| Показатель | 01.01.05 | 01.01.06 | 01.01.07 | 01.01.08 |
|------------|----------|----------|----------|----------|
| Доля ВнА | 0,627 | 0,755 | 0,664 | 0,712 |
| Доля ОА | 0,373 | 0,245 | 0,336 | 0,288 |
| Доля СК | 0,714 | 0,567 | 0,597 | 0,724 |
| Доля ДО | 0,098 | 0,070 | 0,000 | 0,000 |
| Доля КО | 0,188 | 0,364 | 0,403 | 0,276 |

Таблица 4

Скорректированный баланс ЗАО «ААА», тыс. руб.

| Наименования позиций | Отчетные даты | | | |
|-----------------------------------|----------------|----------------|------------------|------------------|
| | 01.01.05 | 01.01.06 | 01.01.07 | 01.01.08 |
| Основные средства | 25 023 | 54 774 | 58 484 | 118 490 |
| Долгосрочные фин. вложения | 0 | 1 482 | 1 634 | 78 459 |
| === Итого по разделу I | 25 023 | 56 256 | 60 118 | 196 949 |
| Запасы | 408 448 | 660 980 | 1 033 451 | 2 021 577 |
| НДС по приобретенным ценностям | 66 295 | 94 693 | 152 903 | 299 269 |
| Дебиторская задолж. более 12 мес. | 15 372 | 23 160 | 203 962 | 314 614 |
| Дебиторская задолж. (до 12 мес.) | 118 168 | 56 764 | 15 002 | 2 587 |
| Краткосрочные фин. вложения | 2 253 | 134 | 3 167 | 168 |
| Денежные средства: | 0 | 4 134 | 13 972 | 23 583 |
| === Итого по разделу II | 610 536 | 839 865 | 1 422 457 | 2 661 798 |
| БАЛАНС | 635 559 | 896 121 | 1 482 575 | 2 858 747 |
| Уставный капитал | 49 | 49 | 49 | 150 |
| Добавочный капитал | 5 507 | 5 507 | 5 507 | 5 507 |
| Резервный капитал | 12 | 12 | 2 | 8 |
| Нераспределенная прибыль | 9 157 | 23 979 | 118 183 | 205 394 |
| === Итого по разделу IV | 14 725 | 29 547 | 123 741 | 211 059 |
| Отложенные налог. обязательства | 62 300 | 62 300 | 0 | 0 |
| === Итого по разделу V | 62 300 | 62 300 | 0 | 0 |
| Заемные средства | 0 | 138 340 | 55 494 | 211 072 |
| Кредиторская задолженность | 558 534 | 665 934 | 1 303 340 | 2 436 616 |
| === Итого по разделу VI | 558 534 | 804 274 | 1 358 834 | 2 647 688 |
| БАЛАНС | 635 559 | 896 121 | 1 482 575 | 2 858 747 |

Вертикальный анализ скорректированного баланса предприятия ЗАО «ААА»

| Показатель | 01.01.2005 | 01.01.2006 | 01.01.2007 | 01.01.2008 |
|------------|------------|------------|------------|------------|
| Доля ВНА | 0,04 | 0,06 | 0,04 | 0,07 |
| Доля ОА | 0,96 | 0,94 | 0,96 | 0,93 |
| Доля СК | 0,02 | 0,03 | 0,08 | 0,07 |
| Доля ДО | 0,10 | 0,07 | 0,00 | 0,00 |
| Доля КО | 0,88 | 0,90 | 0,92 | 0,93 |

цен в строительном бизнесе с 2001 по 2008 год включительно составили 27,5 % в год).

По результатам финансового анализа, оставшегося за рамками статьи, данное предприятие можно определить как весьма конкурентоспособное на рынке стройиндустрии Челябинской области.

На основании вертикального анализа баланса ЗАО «ААА», представленного в табл. 3, можно сделать вывод о высоком уровне внеоборотных активов в структуре баланса.

При углубленном анализе предприятия выяснилось, что основную долю внеоборотных активов составляют объемы незавершенного строительства (средства, израсходованные на строительство жилья), которые учитываются и накапливаются как капиталовложения, статья «Незавершенное строительство» до ввода в эксплуатацию. Во время реализации, после подписания акта приема-передачи жилых помещений (квартир) данные активы проводятся через статью «Товары».

Для проведения адекватного анализа проведем корректировку баланса на величину целевых поступлений от дольщиков:

- уменьшаем объем незавершенного строительства на величину капитальных вложений в строительство (1 837,40 млн руб. на 01.01.08 г.);

- соответственно на эту величину увеличивает объемы незавершенного производства (статья запасы) (1 837,40 млн руб. на 01.01.08 г.);

- в пассиве собственный капитал уменьшаем на величину целевого финансирования и поступления (1 857,40 млн руб. на 01.01.08 г.);

- соответственно на эту величину увеличивает величину кредиторской задолженности (1 857,40 млн руб. на 01.01.08 г.).

Данные скорректированного баланса приведены в табл. 4.

Анализ уточненной структуры активов и пассивов предприятия (см. табл. 5) показывает, что оборотные активы профинансированы за счет краткосрочных обязательств (целевых поступлений от дольщиков).

Для оптимизации структуры капитала в условиях кризиса выбираем основное направление финансовой политики, направленной на уменьшение капитала предприятия. При этом финансовая политика, направленная на развитие действующего предприятия, предусматривает три направления,

расположенных выше диагонали (см. рисунок):

А – концентрация сбытовых финансовых потоков в собственной региональной сети в условиях финансового кризиса затруднена и связана с высокими процентными ставками по ипотечному кредитованию и уменьшением доходов населения;

Б – технологические инновации невозможны из-за высоких процентных ставок по кредитным линиям для предприятий;

В – финансовый лизинг невозможен из-за спада спроса на рынке жилья.

Финансовая политика, направленная на **формирование новых предприятий**, предусматривает три направления, расположенных ниже диагонали:

Г – слияние капиталов двух и более предприятий позволит консолидировать и нарастить финансовые потоки, устраним дублирование выпускаемой на рынок продукции, расширит перспективы технологического развития;

Д – разделение имущества на 2 и более предприятия – мера прагматичная, но нежелательная;

Е – выделение из действующих 2-х и более предприятий – мера эффективная для хозяйствующего субъекта в силу «отсечения» финансово проблемной его части, чаще всего – за счет интересов государства как получателя налогов или собственника.

Для данного предприятия реализация стратегического направления по развитию действующего предприятия безвозвратно потеряна. Ему в настоящее время, в условиях финансового кризиса необходимо, на наш взгляд, проводить финансовую политику, направленную на дробление капитала и разделение имущества на части. В процессе реализации предлагаемой политики:

- в первой группе оставляем сильные активы, которые в дальнейшем смогут приносить предприятию стабильный доход;

- во вторую группу активов выделяем слабые активы для дальнейшего проведения процедуры банкротства.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод: результаты анализа структуры активов позволяют уточнить выбор политик оптимизации структуры капитала хозяйствующего субъекта, тем самым оптимизировать управление структурой активов на основании выбранной стра-

тегии развития предприятия. Итак, управление структурой активов должно основываться на анализе факторов как внешней, так и внутренней среды предприятия, уточняя выбранные стратегические направления.

Литература

1. Бланк, И.А. *Управление активами и капиталом предприятия: учебно-практическое пособие* / И.А. Бланк. – СПб.: ООО «Издательство Ника-Центр», 2003.

2. Ковалев, В.В. *Управление активами фирмы: учебно-практическое пособие* / В.В. Ковалев. – М.: ТК Велби, Изд-во «Проспект», 2007.

3. Шикина, С.А. *Влияние стиля управления на структуру активов баланса в зависимости от объемов производства* / С.А. Шикина // *Экономика, информатика, безопасность: сборник научных трудов региональной научно-практической конференции от 29.04.07.* – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2007. – С. 68–72.

4. Гончаров, А.И. *Восстановление платежеспособности предприятия модель оптимизации структуры капитала* / А.И. Гончаров // *Финансы.* – 2004. – № 10.

5. Myers, S.C. *The Search for Optimal Capital Structure* / S.C. Myers // *Financial Strategy Adding Stakeholder Value.* Ed Rutterford J.: John Wiley and Sons. – 1998.

Поступила в редакцию 16 апреля 2009 г.

Киселева Валентина Александровна. Доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика и экономическая безопасность» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – изучение проблем рыночной экономики, экономики труда и трудовых ресурсов.

Kiselyova Valentina Aleksandrovna is Dr.Sc. (Economics), Professor of the Economy and Economic Safety Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: studying of market economy problems, labour economics and labour force.

Шикина Светлана Артуровна. Старший преподаватель кафедры «Экономика и экономическая безопасность» Южно-Уральского государственного университета. Область научных интересов – аудит, бухгалтерской учет, налогообложение и эффективность работы предприятия. Контактный телефон: 267-71-12, 89128939061.

Shikina Svetlana Arturovna is Senior Teacher of Economy and Economic Safety Faculty of South Ural State University. Research interests: audit, accounting, taxation and enterprise overall performance. Tel: 267-71-12, 89128939061.

МОДЕЛЬ ВОСПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНОГО КАПИТАЛА

В.П. Шпалтаков, А.Н. Бычкова

Статья посвящена проблемам воспроизводства основного капитала в современной России. Предложена теоретическая концепция, характеризующая модель воспроизводственного процесса, позволяющая объяснить процессы распределения и перераспределения инвестиционных потоков по различным видам ресурсов экономической системы в зависимости от воздействия различных макроэкономических факторов. Приведен эмпирический материал, подтверждающий теоретическое обоснование, а также предложена методическая основа разработки программ развития инвестиционных процессов.

Ключевые слова: инвестиционный процесс, механизм управления, основной капитал, предельная доходность, цена приобретения, предельные издержки использования, взвешенная оценка.

Актуальность предлагаемой к обсуждению темы вряд ли требует каких-либо подтверждений. Официальная статистика пестрит цифрами, характеризующими уровень отставания российских технологий производства в силу изношенности и морального устаревания основных производственных фондов. Каждый процент увеличения инвестиций в модернизацию и обновление основных фондов дается с большим трудом. Для государства же крайне важно обеспечить эффективность механизма управления воспроизводственным (инвестиционным) процессом с тем, чтобы увеличить уровень конкурентоспособности страны на мировом уровне, а для этого важно понимать специфику механизма управления воспроизводством основного капитала, реализовать который можно только лишь при наличии соответствующего теоретического обоснования.

Любой механизм управления включает в себя три основных элемента: управляемую систему, управляющую систему и формы управляющих воздействий. В рамках исследуемой темы классическая структура механизма управления может быть конкретизирована следующим образом. Управляющая подсистема включает в себя: 1) законодательство, определяющее «правила» регулирования (управления) в части реализуемых функций и применяемых методов; 2) институциональную структуру, формируемую в рамках законодательных ограничений и включающую также неформальные структуры, образуемые в результате взаимодействия официальных субъектов; 3) информационную структуру потоков и банков данных, возникающих в результате взаимодействия формальных и неформальных субъектов в рамках правового регулирования информационных потоков и стихийного развития процессов информатизации делового взаимодействия и институциональной среды.

К объекту управления или управляемой подсистеме рассматриваемого механизма управления необходимо отнести собственно процесс воспроиз-

водства основного капитала. Формы управляющих воздействий или качественные характеристики функции как реакции центра на сообщения субъектов системы, определяются функциями классического менеджмента, т. е. планированием (прогнозированием), организацией, мотивацией, контролем и анализом результатов управляющих воздействий, а также отличаются глубиной воздействия, степенью интенсивности и целиком и полностью зависят от состояния управляемой системы.

Весьма существенно влияет на содержание форм управляющих воздействий определение самого объекта управления – основного капитала. Здесь возможно два подхода: 1) «узкая» трактовка основного капитала как имущественных ценностей предприятия, многократно участвующих в процессе отдельных циклов хозяйственной деятельности и переносимых на продукцию использованную стоимость частями, и включающих здания, сооружения, машины и оборудование, транспортные средства и другие виды капитальных активов; 2) «широкая» трактовка основного капитала как накопленного запаса экономических благ, вовлекаемого в экономический процесс, как инвестиционный ресурс и фактор производства с целью получения потока доходов, включающего основные элементы, а также произведенные активы (земля и ее недра), нематериальные активы (человеческий капитал) и долгосрочные финансовые инвестиции (финансовый капитал), являющиеся сложными и многообразными объектами воспроизводственного процесса. Воспользуемся вторым подходом для построения теоретической модели воспроизводства основного капитала.

Интенсивность инвестиционного процесса в целом определяется характером инвестиционной функции, т. е. существующей на текущий момент максимальной величиной инвестиционного спроса, который, в свою очередь, по мнению Дж. М. Кейнса, определяется «соотношением предельной эффективности капитала и рыночной

ставки процента» [2, с. 33]. Аналогичные мысли можно найти и у К. Маркса, у И. Фишера, в инвестиционной модели Лейонхурвурда. Безусловно, процентная ставка – величина, определяющая направление и интенсивность движения денежных потоков во всех сферах экономики, не только в инвестиционной. Но процент – это производная величина, которая, в свою очередь, зависит и от инфляции, и от среднего уровня цен. В частности, И. Фишер в работе «Оценивание и процент» высказывал мысль о том, что «процент – это переменная, эндогенная по отношению к ценам» [1, с. 283]. Дж. М. Кейнс также подтверждал идею, что цены несут в себе информацию о «будущей ценности денег, что весьма важно, так как они напрямую воздействуют на готовность создавать новые активы экономическими агентами» [2, с. 137]. Поэтому расчеты на будущее должны оказывать воздействие на настоящее через цены спроса на оборудование с длительным сроком службы. В силу такой значимости ценового фактора можно выделить *цену ресурсов (финансового капитала, труда, земли и основного капитала)* как некую объективную составляющую, оказывающую непосредственное и перво-степенное влияние на предпочтение инвесторов в долгосрочном аспекте.

При этом важно отметить, что понятие цены ресурсов включает в себя два элемента: во-первых, цену ресурса, которая возникает при его приобретении, и цену потока доходов от использования этого актива (стоимость или издержки использования ресурса) для инвестора. И тот, и другой аспект существенно влияет на решение инвестора о направлении вложений. Цена приобретения ресурса, по сути, представляет собой объем инвестиционных вложений, и, соответственно, уровень дифференцированности цен определяет доступность данного ресурса для различных категорий инвесторов. Второй элемент – цена потока доходов от использования актива может быть представлена, например, дивидендными выплатами, которые определяют доходность для внешнего инвестора, которая сопоставляется с уровнем процентной ставки: если доходность вложений более привлекательна по сравнению с процентной ставкой, то выбор инвестора будет однозначным – в пользу инвестирования. Но с другой стороны, повышенный уровень дивидендных выплат создает риск недофинансирования развития предприятия, которое использует только внутренние источники, что создает риск снижения эффективности вложений в будущем. Тогда для того, чтобы максимизировать прибыль в целом, объем использования каждого ресурса необходимо корректировать таким образом, чтобы величина предельной доходности одного ресурса равнялась издержкам использования дополнительной единицы этого ресурса. В этом случае к издержкам использования можно отнести, например, для трудовых ресурсов – заработную плату, затраты на обучение, аттестацию и финан-

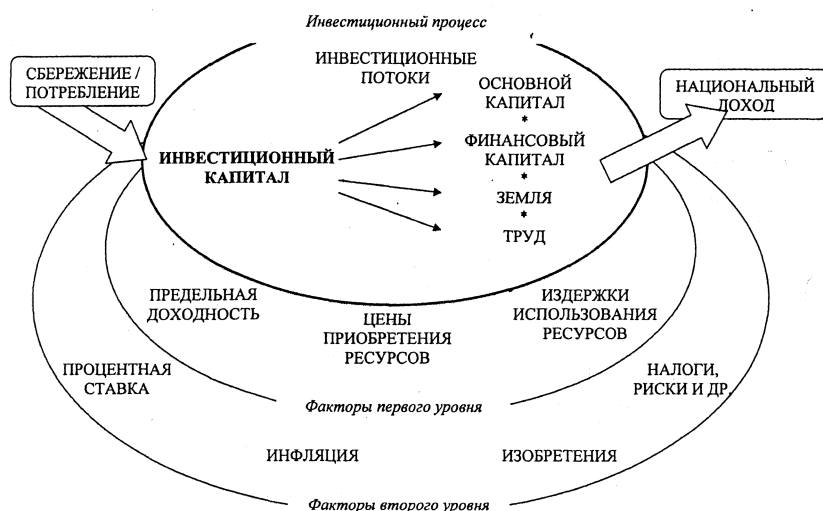
сирование мотивационных схем; для финансовых ресурсов – комиссионное вознаграждение посредникам и стоимость информации; для земельных ресурсов – затраты на поддержание качества земельных ресурсов, и, наконец, для основного капитала – стоимость текущих и капитальных ремонтов, стоимость модернизации за счет амортизационных фондов. Чем существеннее их величина, либо возрастает неопределенность в изменении этой величины в будущем, тем сложнее инвесторам принимать решение об инвестировании средств в развитие этого вида ресурсов.

Таким образом, существуют три прямые основные причины, определяющие направление и объем инвестиционных потоков: *предельная доходность ресурса, цена приобретения ресурса и предельные издержки использования ресурса*. Сочетание этих причин, а также рисков изменения этих причин, определяет направление и объем инвестиционных потоков. При этом прибыль от инвестиций и издержки использования ресурса рассчитываются с учетом дисконтирования, а цена приобретения ресурса включает настоящую стоимость создания ресурса и должна учитывать будущую стоимость платежей за использование этого ресурса.

И с этой точки зрения, процентная ставка – это фактор инвестиций, который зависит «частично от состояния предпочтения ликвидности и частично от количества денег, измеряемого в единицах заработной платы», если пользоваться трактовкой Дж. М. Кейнса [2, с. 229]. Важно при этом учитывать, что процент – это инструмент государственного регулирования экономических процессов, позволяющий создавать искусственные ситуации, лишь в той или иной степени соответствующие реальным процессам. «Не низкая процентная ставка увеличивает торговлю, но при увеличении торговли национальный капитал делает процентную ставку низкой», замечал Д. Норе в «Очерках о торговле» [3, с. 106]. Воздействие на процентную ставку Дж. М. Кейнс считал возможным, но в ряде ситуаций малоэффективным способом изменения инвестиционных ожиданий [2, с. 156], что лишь подтверждает опосредованное ее влияние на инвестиционные процессы, и обосновывает выделение основных факторов первого уровня. Представим проанализированные выше факторы в виде модели (см. рисунок), в которой наглядно отражаются инвестиционные потоки в направлении разных видов ресурсов.

Объяснить функционирование этой модели можно следующим образом: любой инвестор, анализируя свою перспективу вложений, в первую очередь задается вопросом о том, хватит ли его капитала на приобретение инвестиционного ресурса (в нашей модели – это цены приобретения ресурсов). Далее анализируется максимально возможный объем дохода, который можно получить на эти вложения (предельная доходность). Затем величина издержек по использованию этого ресур-

Управление инвестициями и инновационной деятельностью



Модель воспроизводственного процесса

са определяет окончательный выбор объекта инвестиций – основной капитал, финансовый капитал, земля или труд. Безусловно, эта модель выбора работает только в случае положительного влияния всех прочих факторов: процентной ставки, инфляции, изобретений, налогов, рисков и др.

Таким образом, к факторам второго уровня, способствующим расширению воспроизводственного процесса либо ограничивающим его, необходимо отнести процентную ставку и другие указанные выше факторы. Так, крупные *изобретения* привлекают инвестиционный капитал, обещая получение сверхприбылей на эффекте масштаба. Когда они появляются, инвестиционный спрос растет, вызывая бум, и в этом случае влияние фактора второго порядка становится преобладающим. Но такие изобретения, потрясающие инвестиционный рынок, случаются не каждый год, тем более что сфера таких изобретений все-таки имеет локальный характер. В целом же уровень инвестиционной активности определяется уровнем или «физическими условиями» предложения в отраслях, производящих капитальные блага. Далее, безусловным фактором, определяющим наличие и интенсивность инвестиционного потока, является уровень *инфляции*. Даже невысокие темпы инфляции, увеличивая риски и стоимость инвестиционных кредитов, делают невыгодным процесс инвестиционных вложений. Фактор инфляции является внешним по отношению к основным причинам, но при критическом уровне инфляции инвестиционный поток может перестать реагировать на изменение основных причин, и в такой ситуации капиталы направляются за рубеж. Динамический характер предложенной модели может быть также охарактеризован в терминах эластичности инвестиционного потока в воспроизводственном процессе на макроэкономическом уровне.

Структура «сбережения – потребление» (см. рисунок) определяет объем инвестиционного капитала, а результат инвестиционного процесса в виде дохода, полученного на вложенные средства, при воздействии мультипликатора влияет на национальный доход в экономике в целом. При изменении какого-либо фактора первого или второго уровня происходит перераспределение инвестиционного потока в пользу того или иного вида ресурса. Признаком оптимального сочетания всех условий максимизации инвестиционного потока в модели будет показатель максимума совокупной прибыли на все виды инвестиций. При этом мак-

симум инвестиционного потока по каждому виду ресурса достигается тогда, когда предельная эффективность будет равна или выше предельных издержек использования плюс цена приобретения ресурса. Максимизировать же совокупный инвестиционный поток, направленный в адрес основного капитала, в частности, можно, влияя в первую очередь на цены, эффективность и издержки использования основного капитала.

Воспользуемся указанной моделью для характеристики распределения инвестиционных потоков по видам ресурсов на основе основных тенденций в динамике и структуре инвестиционных потоков за период 2005–2007 гг. В качестве алгоритма оценки уровня привлекательности инвестиционного ресурса используем формализованный подход с помощью взвешенных балльных оценок. Экспертным способом распределим баллы (от 0 до 5) по соответствующим критериям каждого фактора в соответствии с алгоритмом, представленным в табл. 1.

Фактор рентабельности имеет два критерия – уровень текущей рентабельности отрасли и динамику изменения этого показателя; фактор цен включает критерий диапазона цен – узкий, ограничивающий доступ к инвестиционным ресурсам, или широкий. В качестве критерия фактора издержек использования ресурса приняты риски инвесторов для данного вида ресурса, так как уровень рисков коррелирует с уровнем затрат, а также категория риска позволяет сопоставлять разные виды ресурсов и учитывать не только расчетную, но и экономическую оценку вложений в конкретный вид ресурса. Наличие конкретного риска для каждого фактора уменьшает на один балл общее количество баллов, просуммированных по прочим факторам. Веса для каждого фактора можно распределить следующим образом: для фактора рен-

Таблица 1

Алгоритм расчета взвешенной оценки

| Фактор | Критерий | Значения критерия | Баллы |
|--------------------------------|-------------------------------|---|-------|
| Текущая рентабельность | Уровень рентабельности | Отрицательный | 0 |
| | | Положительный, $\leq 10\%$ | 2 |
| | | Положительный, $\geq 10\%$ | 5 |
| | Темп роста рентабельности | Отрицательный | 0 |
| | | Положительный, $\leq 5\%$ | 3 |
| | Положительный, $\geq 5\%$ | 5 | |
| Цены приобретения | Диапазон цен | Узкий диапазон цен, ограничивающий доступ к инновациям | 2 |
| | | Широкий диапазон цен | 5 |
| Издержки использования ресурса | Наличие рисков для инвесторов | Риск, формирующий вероятность потерь капитала, дохода или прибыли | -1 |

табельности – 0,3; для фактора цен приобретения – 0,3; для фактора издержек использования ресурсов – 0,4. Преимущества в распределении весов отданы фактору издержек использования ресурсов, так как, учитывая низкий уровень конкурентоспособности российской промышленности, необходимо ставить задачу возрождения или воссоздания отечественной промышленности.

Используя статистические данные о развитии различных сфер экономики РФ [4, 5], можно провести сравнительную оценку средневзвешенной величины привлекательности инвестиционного ресурса в баллах с динамикой инвестиционной активности по видам ресурсов (табл. 2).

Сопоставляя динамику и структуру инвестиционных потоков по таким видам ресурсов, как основной и финансовый капитал, можно заключить, что в целом динамика прироста объемов инвестиций и удельный вес инвестиционных потоков по направлениям соответствуют уровню балльной оценки.

Так, показатели объемов вложений в финансовую сферу, их динамика за исследуемый период более яркие, чем показатели по вложениям в основной капитал в целом. В частности, максимальный балл по вложениям в сфере операций с недвижимостью соответствует яркой динамике инвестиционного потока в этой сфере и высокой доле этих инвестиций. Минимальные объемы вложений в сфере сельского хозяйства подтверждаются низким уровнем балльной оценки.

Более яркая динамика инвестиций по отдельным направлениям вложений на краткосрочном временном отрезке характеризует влияние прочих факторов. Так, изменения земельного законодательства, государственное регулирование цен и тарифов провоцирует либо, наоборот, сдерживает динамику инвестиционного потока, но не влечет за собой долгосрочных структурных изменений, что подтверждает справедливость предложенной модели и возможность использования ее для разработки программ развития инвестиций в разных сферах.

Для того, чтобы определить пути решения задачи максимизации инвестиционных потоков по конкретному виду ресурса, необходимо вернуться

к структуре факторов, определяющих суммарную балльную оценку.

Так, например, для увеличения инвестиций в основной капитал обрабатывающих отраслей важно учитывать низкий, хотя и растущий в последнее время уровень рентабельности, высокий уровень цен на приобретаемые технологии, отсутствие гарантий возврата инвестиций и гарантий достижения плановых показателей эффективности инвестиционных проектов, высокий уровень инфляции издержек, высокие расходы на конструкторскую и технологическую подготовку производства, организацию и контроль качества продукции, а также расходы на организацию управления, острый дефицит квалифицированных кадров. Программы развития инвестиционных процессов в этой сфере необходимо базировать на данные факторы, которые при прочих равных условиях будут способствовать развитию обрабатывающих отраслей.

В силу того, что в балльной взвешенной оценке уровень рисков определялся с точки зрения инвесторов, то, основывая программы развития на предложенном подходе, можно добиться совмещения интересов инвесторов и государства. Такие программы приобретают характер конкретных мер для развития той или иной сферы, так как факторы индивидуальны для каждого ресурса и направления инвестиционных вложений.

Таким образом, алгоритм балльной взвешенной оценки может являться методической основой реализации предложенной теоретической модели. Достоинством же самой модели воспроизводственного процесса является структурирование причин, воздействующих на инвестиционный процесс, комплексный подход к учету влияния всех факторов, что позволяет обеспечить сбалансированный процесс управления воспроизводством, в частности, основного капитала.

Литература

1. Автономов, В.В. История экономических учений: учеб. пособие / В.В. Автономов; под ред. В. Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 784 с.

Сравнительная характеристика инвестиционных потоков

| Показатели | Индекс физического объема инвестиций в основной капитал, в % к предыдущему году | | | Удельный вес в объеме инвестиций в экономику, % | | | Балльная оценка 2007 г. |
|---|---|--------------|-------------------|---|---------------------|--------------------|-------------------------|
| | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. | |
| Основной капитал | 110,9 | 116,7 | 121,1 | (3 611,1 млрд руб) | (4 730,0 млрд руб) | (6 626,8 млрд руб) | – |
| Сельское хозяйство | 109,5 | 142,5 | 103,4 | 3,9 | 4,8 | 5,1 | 0,6 |
| Добыча полезных ископаемых | 99,7 | 125,3 | 101,9 | 13,9 | 14,6 | 15,2 | 2,6 |
| Обрабатывающие производства | 112,4 | 109,9 | 109,5 | 16,4 | 15,6 | 15,4 | 1,4 |
| Пр-во и распределение эл. энергии, газа и воды | 108,6 | 102,1 | 99,8 | 6,8 | 6,3 | 7,4 | 1,7 |
| Строительство | 113,3 | 109,4 | 118,2 | 3,6 | 3,7 | 3,5 | 2,6 |
| Оптовая и розничная торговля | 117,2 | 107,6 | 116,1 (рознич.) | 3,6 | 3,5 | 3,4 | 2,6 |
| Транспорт и связь | 120,0 | 109,8 | 102,4 (транспорт) | 24,5 | 23,6 | 21,9 | 2,6 |
| Операции с недвижимостью | 122,7 | 123,4 | – | 16,8 | 17,0 | 17,3 | 3,5 |
| Финансовый капитал | 130,3 | 128,1 | 145,7 | (4 232,5 млрд руб) | (5 419,76 млрд руб) | (7 895,2 млрд руб) | – |
| Объем размещения и доразмещения по номиналу ГКО и ОФЗ | 100,0 | 110,0 | 132,0 | 22,1 | 16,5 | 17,3 | 3,9 |
| Банковские вклады | 137,9 | 144,2 | 147,9 | 11,1 | 9,3 | 7,8 | 2,6 |
| Инвестиции в экономику зарубежных стран | 136,8 | 95,6 | 152,8 | 62,7 | 70,6 | 71,7 | 3,1 |
| Страховые взносы | 105,3 | 107,6 | 121,3 | 4,1 | 3,5 | 3,2 | 1,7 |
| Финансовые вложения организаций | 189,2 | 156,3 | 130,5 | 22,1 | 16,5 | 17,3 | 2,6 |

2. Кейнс, Дж.М. *Общая теория занятости, процента и денег* / Дж.М. Кейнс; пер. с англ. проф. Н.Н. Любимова; под ред. д.э.н, проф. Л.П. Куракова. – М.: Гелиос АРВ, 1999. – 352 с.

3. Майбурд, Е.Г. *Введение в историю экономической мысли. От пророков до профессоров* /

Е.Г. Майбурд. – М.: Дело, Вита-Пресс, 1996. – 544 с.

4. Федеральная служба статистики. *Россия в цифрах*. – http://www.gks.ru/bgd/regl/B07_56/

5. Федеральная служба статистики. *Электронные версии публикаций*. – <http://www.gks.ru/wps/portal/!ut/pl.cmd/cs/ce/>

Поступила в редакцию 20 апреля 2009 г.

Шпалтаков Владимир Петрович. Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика» Омского государственного университета путей сообщения, г. Омск. Область научных интересов – экономическая теория, история экономики, экономика предприятия. Контактный телефон: (381-2) 28-51-98.

Shpaltakov Vladimir Petrovich is Dr.Sc. (Economics), Professor, Head of the Economics Department of Omsk State Transport University, Omsk. Research interests: economic theory, economic history, economics of enterprise.

Бычкова Алла Николаевна. Доцент кафедры «Финансы и кредит» Омского государственного университета путей сообщения, аспирант заочной формы обучения Омского государственного университета путей сообщения, г. Омск. Область научных интересов – государственное регулирование инвестиционных процессов. Контактный телефон: (381-2) 67-10-73. E-mail: albych@yandex.ru

Bychkova Alla Nikolaevna is Associate Professor of the Finance and Credit Department of Omsk State Transport University, Omsk. Research interests: governmental regulation of investment processes.

Управление социально-экономическими системами

УДК 657.(07)
ББК 65.052

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ ДЛЯ ВНУТРИФИРМЕННОГО КОНТРОЛЯ

Т.И. Бухтиярова, Н.И. Лоскутова

Рассматриваются вопросы организации внутрифирменного контроля. Разработан стандарт внутрифирменного контроля с целью укрепления структурной вертикали, повышения качества и эффективности контрольной работы, предупреждения рисков и потерь, усиления внутрикорпоративного взаимодействия с производственными и финансовыми подразделениями на всех уровнях управления ОАО «РЖД».

Ключевые слова: эффективность экономической деятельности, создание внутреннего контроля, мониторинг эффективности, цель контроля, функции контроля, мониторинг материалов проверки.

Сегодня ОАО «РЖД» находится на этапе коренных преобразований, связанных с переходом к завершающему этапу реформирования, реализацией новых принципов стратегического развития, созданием новой организационно-функциональной структуры.

Начатые преобразования неизбежно коснутся миллионов людей – не только работающих непосредственно на железной дороге, но и пассажиров, грузоперевозчиков, а также занятых на предприятиях, деятельность которых связана с железнодорожной отраслью по кооперации. Это обуславливает необходимость принятия мер по исключению в ходе реформирования ошибок и связанных с ними негативных последствий.

Одно из необходимых условий обеспечения эффективности экономической деятельности, динамического развития, финансовой устойчивости, повышения инвестиционной привлекательности и рыночной стоимости Компании – создание системы внутреннего контроля, отвечающей потребностям корпоративного управления на новом этапе.

В условиях рыночной экономики, усиления конкуренции, стремительного развития технологий, усложнения внутренних и внешних бизнес-процессов существенно усложняется управление хозяйствующим субъектом. В этих условиях для принятия эффективных управленческих решений, выбора оптимального пути развития, своевременного использования открывающихся перспектив и возможностей, а также с целью избегания кризисных ситуаций и вероятностных рисков особую важность приобретает постоянный квалифицированный внутрифирменный контроль деятельности компании.

Это связано с тем, что внутрифирменный контроль является не только барьером для неэффек-

тивного использования финансовых, материальных и иных ресурсов, но и мощным фактором мобилизации внутрихозяйственных резервов. Недостаточное внимание к созданию действенного механизма внутрифирменного контроля может вызвать самые серьезные сбои в системе управления фирмой, предприятием, корпорацией.

Руководство крупных компаний осознаёт необходимость структурной перестройки всех элементов системы корпоративного управления, в том числе контрольных. Внутрифирменный контроль необходим для решения задачи повышения конкурентоспособности, эффективного и оптимального развития предприятия в меняющихся условиях хозяйствования. Внутренний контроль в этом случае приобретает характер основы, присутствующий на всех уровнях управления, являясь гарантией успешной деятельности организации [1, с. 8].

Жёсткие требования по созданию и поддержанию эффективных систем внутрикорпоративного контроля содержатся в законодательстве большинства экономически развитых стран, а также предъявляются всеми крупнейшими фондовыми биржами мира в отношении компаний, ценные бумаги которых подлежат продаже или котировке. Усиление роли внутреннего контроля во всех секторах имеет большое значение для противодействия коррупции.

Действующее российское законодательство не содержит специальных норм, регламентирующих порядок построения и функционирования системы внутреннего контроля на предприятиях. Решение о необходимости создания контрольной службы принимают собственники и высшее исполнительное руководство. Определяется это решение, правовой формой, уровнем разделения

функций владения и управления бизнесом, размерами и структурной разветвленностью компании, желанием руководства получать объективную и независимую оценку действий менеджеров на всех уровнях управления.

Контроль рассматривают как особую функцию цикла управления, представляющую систему наблюдения и проверки соответствия, данного объекта контроля принятым управленческим решениям – законам, стандартам, планам, нормам, правилам и т. д. Контроль является и способом получения информации о состоянии объекта, оценить обоснованность и эффективность принятых решений.

Целью контроля является определение способов воздействия на объект для устранения выявленных отклонений. Таким образом, контроль обеспечивает укрепление структурной контрольной вертикали, повышение качества и эффективности контрольной работы, предупреждение финансовых рисков и потерь, усиление внутрикорпоративного взаимодействия с производственными, экономическими и финансовыми подразделениями на всех уровнях управления Общества. Также своевременно обеспечивает его руководство достоверной информацией отклонений фактических показателей деятельности от нормативных или плановых, подготовку рекомендаций для принятых решений.

К основным функциональным системам внутреннего контроля относятся следующие.

– Проведение ревизий и проверок полноты и своевременности поступления доходов и расходов от перевозок и других видов деятельности. Обеспечения сохранности, целевого и эффективного использования активов и заёмных средств, а также других вопросов финансово-хозяйственной деятельности в соответствии с распоряжением Президента Общества, его директоров и Правления.

– Установление системой внутреннего контроля нарушений и недостатков финансово-хозяйственной деятельности Общества, выявление резервов повышения эффективности его работы и подготовка предложений по их реализации, предупреждение финансовых и налоговых рисков.

– Осуществление последующего контроля над своевременным и полным устранением нарушений и недостатков, реализацией резервов подразделениями аппарата управления Общества, его филиалами, другими структурными подразделениями и учреждениями.

Система внутрифирменного контроля основана на принципах законности, ответственности, объективности и независимости в оценке вскрываемых недостатков и нарушений.

Законность – один из ключевых принципов контроля. Оценка законности действий подконтрольных организаций и лиц должна исключать произвольные, логические и поверхностные толкования и основываться строго на букве закона. Другой важной частью принципа законности явля-

ется строгое соблюдение субъектами, проводящими финансовый контроль, требований законодательства и нормативно-правовых актов, определяющих их полномочия и ответственность.

Принцип законности взаимодействует с *принципом ответственности* субъектов, проводящих финансовый контроль за соблюдение законов и правовых актов, ответственности за достоверность информации финансового контроля. Выводы по результатам проверок должны быть беспристрастны, обоснованы и подтверждены соответствующими данными, материалами, содержащими качественную информацию.

Принцип объективности лежит в основе внутреннего контроля. Объективная оценка финансово-экономической деятельности возможна только на основе строго следования законам при высоком профессионализме действий контроля.

Принцип независимости. Внутренний контроль должен обладать организованной, функциональной, материальной независимостью от юридических и ли физических лиц. Независимость позволяет финансовым контролёрам работать с высокой степенью автономии, выдавать объективные заключения.

Внутренний контроль в ОАО «РЖД» осуществляется в форме предварительного, текущего и последующего.

Предварительный контроль проводится до совершения финансовых операций на стадии принятия управленческих решений по формированию и утверждению бюджетов, платёжных балансов, смет доходов и расходов, договорных соглашений и других документов, с целью предупреждения возможных рисков и потерь, недопущения неэффективного использования средств ОАО «РЖД» на основе соблюдения законодательных, нормативных и правовых актов, норм, стандартов и правил. Функции предварительного финансового контроля осуществляют подразделения финансово-экономического блока в пределах своей компетенции.

Центр «Желдорконтроль», с учётом мониторинга выявляемых нарушений, в целях исключения их повторяемости, а также возникновения возможных рисков и потерь проводит предварительный контроль в виде рекомендаций и предложений, в том числе путём участия:

– в разработке предложений по снижению финансовых, налоговых и других рисков в финансово-экономической деятельности ОАО «РЖД» и его структурных подразделений, по распоряжению Президента ОАО «РЖД» в разработке бизнес-проектов, в том числе связанных с финансовыми вложениями и инвестициями;

– в рассмотрении обоснованности и правильности разработки договорных тарифов на работы и услуги инфраструктуры железнодорожного транспорта;

– в разработке и согласовании проектов отраслевых правовых нормативных актов, относящихся к компетенции финансового контроля;

Взаимосвязь и отличия внутреннего управленческого контроля и ревизии на предприятиях
железнодорожного транспорта [2, с. 12]

| Признак | Внутренний управленческий контроль | Ревизия |
|--|---|---|
| По субъекту контроля | Исполнительный орган (руководство) | Контрольно-ревизионный аппарат, организации, назначивший проверку: – ревизии государственных органов; – внутрихозяйственные ревизии |
| По сущности | Контроль исполнительного органа за исполнением распорядительных документов, инструкций | Проверка финансово-хозяйственной деятельности с выявлением ответственности должностных лиц |
| По продолжительности | Непрерывен во времени | До выполнения заданий, намеченных в программе ревизии (предельный срок – 30 дней). Не реже 1 или 2-х раз в год |
| По виду контроля | Внутренний | И внешний, и внутренний |
| По методу контроля | Текущий | Последующий |
| Реализация контрольных функций посредством решения общих задач | И внутренний управленческий контроль и ревизия направлены на решение следующих основных задач: – проверка сохранности имущества и эффективности его использования в хозяйственной деятельности; – выявление злоупотреблений, условий их возникновения и разработка мероприятий по их предупреждению; – проверка исполнительской дисциплины и оценка эффективности деятельности управленческого персонала организации; – исследование системы внутреннего контроля и повышение эффективности её функционирования | |

– в рассмотрении проектов внутренних положений и инструкций ОАО «РЖД», регламентирующих его финансово-экономическую деятельность;

– в работе комитетов и комиссий ОАО «РЖД» и его дочерних обществах по списанию недвижимого имущества, просроченной дебиторской и кредиторской задолженностей, заключению договорных отношений в части крупных и нестандартных сделок.

Текущий контроль осуществляется финансово-экономическими службами ОАО «РЖД» на всех уровнях управления в процессе совершения финансово-хозяйственных операций по использованию средств ОАО «РЖД» в целях предотвращения нарушений при расходовании этих средств и соблюдению финансовой дисциплины.

Центр «Желдорконтроль» проводит текущий контроль с целью выявления, профилактики и предотвращения финансовых нарушений и потерь на наиболее ранней стадии их возникновения.

Последующий контроль осуществляется в целях проверки обоснованности, целесообразности и правильности уже завершённых финансово-хозяйственных операций путём проведения ревизии (проверки) и анализа финансовой, бухгалтерской документации, а также ведением постоянного контроля за своевременным и полным устранением всех ранее выявленных нарушений финансово-хозяйственной деятельности.

Методами внутреннего контроля, способствующими осуществлению организации и проведению контроля, являются ревизия (проверка), надзор, наблюдение, мониторинг, экспертиза. Выбор внутреннего контроля зависит от задания, определяемого планами и программами, сложности и специфики проверяемых объектов.

Ревизия – система обязательных контрольных действий по документальной и фактической проверке обоснованности совершённых в реквизируемом периоде хозяйственных операций проверяемой организацией, своевременности, правильности, достоверности их отражения в бухгалтерском учёте и отчётности, а также правомерности действий должностных лиц, на которых в соответствии с законодательством РФ и нормативными актами возложена ответственность за их осуществление.

Ревизия применяется для углублённого и расширенного охвата объекта контроля с использованием различных источников информации, методических приёмов и контрольных процедур. Для ревизий характерна конкретность в определении размера ущерба, потерь, недостатков ценностей и обоснованность системой доказательств.

Проверка – система обязательных контрольных действий, осуществляемая выборочным методом на всех стадиях финансового контроля. Контрольно-ревизионные проверки имеют следующие различия.

По цели:

– ревизия – выявление недостатков с целью их устранения, пресечения и профилактики финансовых нарушений и злоупотреблений, наказание виновных.

По характеру:

– ревизия – исполнительская деятельность, выполнение распоряжений.

По основе взаимоотношений:

– ревизия – по распоряжению вышестоящего органа.

По управленческим связям:

– ревизия – вертикальные связи, отчет перед вышестоящим звеном об исполнении.

По принципу:

– ревизию оплачивает вышестоящее звено.

По результатам:

– ревизия – акт ревизии, организационные выводы, взыскания, указания, передача информации вышестоящему органу.

Надзор – метод, наиболее применяемый контролирующими органами за экономическими субъектами, имеющими лицензию на тот или иной вид финансовой деятельности, в части соблюдения ими установленных правил и нормативов.

Наблюдение (сплошное, выборочное) – приёмы статистического исследования количественно-качественных характеристик процессов финансово-хозяйственной деятельности.

Мониторинг – метод исследования, на основе которого лежит сбор, обработка и анализ информации об операциях с денежными средствами и иным имуществом, подлежащих контролю в соответствии с действующим законодательством и нормативными документами ОАО «РЖД».

Данный метод широко применяется на всех стадиях осуществления внутреннего финансового контроля – предварительного, текущего и последующего. Объектами мониторинга являются договорные обязательства, финансовая документация, бухгалтерская и статистическая отчетность, а также материалы ревизий и проверок.

Экспертиза – метод, основанный на использовании профессиональных оценок и заключений, составляемых специалистами различных направлений деятельности (технологами, финансистами, криминалистами), имеющих взаимосвязь с финансовым контролем. В основном экспертиза применяется на стадии последующего контроля по постановлению правоохранительных органов.

Для успешной деятельности предприятия, мобилизации его ресурсов, их сохранения и эффективного использования необходим отлаженный механизм управления – внутренний финансовый контроль.

По выражению В.П. Суйца [4, с. 5] под внутрихозяйственным контролем понимается взаимоотношение участников производства по поводу проверки событий и фактов производственной деятельности для обеспечения: достоверности

данных в процессе учёта; правильности и целесообразности хозяйственных операций, а также полноты и своевременности их отражения в учёте; выявления отклонений в процессе производства от норм, нормативов, стандартов, правил, планов и т. д.; выявления причин возникновения отклонений и доказательства вины за их последствия.

Внутренний контроль – один из видов контроля – в зарубежной практике трактуется как комплекс мер по безопасности, определяемый руководством в целях обеспечения защиты имущества, правильности и достоверности бухгалтерских записей, согласованного и эффективного осуществления операций, соответствию принимаемых решений в политике руководства [5, с. 185].

Таким образом, контроль можно определить как непрерывный процесс управления деятельностью компании, включающей сбор информации, её анализ, принятие на основе анализа решений регулирующего характера, обеспечение процедур обратной связи.

Взаимосвязь и отличия видов контроля можно определить путём их сопоставления внутреннего управленческого контроля и ревизии по критериям в таблице [2, с. 12].

К основным задачам ревизии на железных дорогах относятся:

- проверка сохранности имущества и эффективности его использования в хозяйственной деятельности организации;
- выявление злоупотреблений, условий их возникновения и разработка мероприятий по их устранению;
- проверка исполнительской дисциплины и оценка эффективности деятельности управленческого персонала;
- исследование системы внутреннего контроля и повышение эффективности её функционирования.

Внутренний контроль осуществляется контрольными подразделениями финансовых служб железных дорог, которые функционально подчинены Департаменту корпоративных финансов.

Уровни Административно-функциональной подчинённости подразделений внутреннего финансового контроля ОАО «РЖД» представлены на рис. 1 [2, с. 14].

Распоряжением ОАО «РЖД» от 28 апреля 2006 года № 816р утверждено типовое штатное расписание финансовой службы железной дороги – филиала ОАО «РЖД». Согласно штатному расписанию в состав финансовых служб железных дорог должны входить следующие отделы:

- отдел финансового контроллинга и прогнозирования;
- отдел ревизий;
- отдел платёжных балансов;
- отдел контроля доходных поступлений от пассажирских перевозок;
- отдел контроля доходных поступлений от перевозок в международном сообщении;

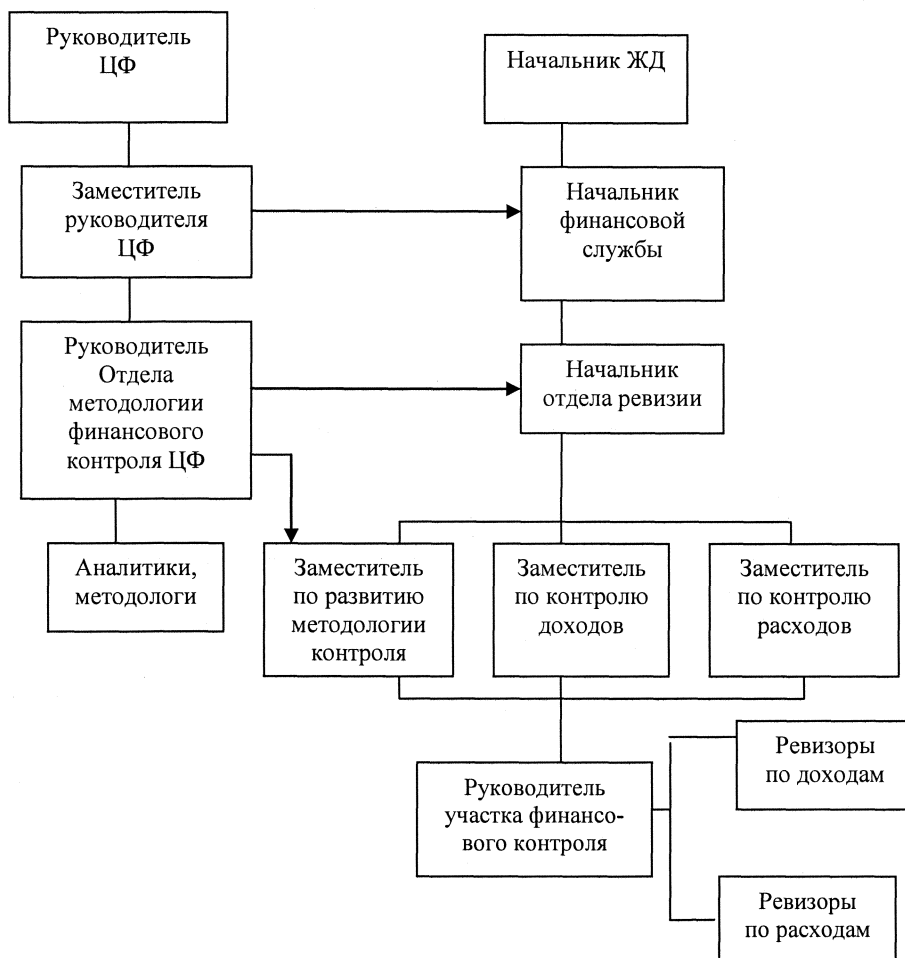


Рис. 1. Административно-функциональная структура органов внутреннего контроля ОАО «РЖД»

- отдел финансового контроллинга и прогнозирования;
- отдел контроля доходов от разных сборов и рассмотрения претензий;
- дорожный склад бланков строгого учёта и архив.

В рамках реализации положений указанного распоряжения финансовые службы железных дорог распределены по четырём группам:

I группа: финансовые службы Московской и Октябрьской железных дорог;

II группа: финансовые службы Свердловской, Западно-Сибирской железных дорог;

III группа: финансовые службы Горьковской, Северной, Северо-Кавказской, Юго-Восточной, Куйбышевской, Южно-Уральской, Дальневосточной железных дорог;

IV группа: финансовые службы Красноярской, Восточно-Сибирской, Забайкальской и Приволжской железных дорог.

Количество штатных единиц в отделах каждой из финансовых служб определяется указанным выше типовым штатным расписанием и варьируется в зависимости от номера группы, к которой принадлежит финансовая служба.

На сотрудников контрольных подразделений финансовых служб, участвующих в проведении контрольно-ревизионных мероприятий, возложен ряд функций, которые представлены на рис. 2 [2, с. 15].

Выполнение обозначенных функций осуществляется в процессе проведения соответствующих проверок, подготовки рекомендаций и контроля выполнения мероприятий по результатам данных проверок.

Как подсистема управления контроллинг возник параллельно с бюджетированием, информационным менеджментом и другими инструментами совершенствования и развития управленческих технологий. Контроллинг – это вид управленческой деятельности, который направляет всю финансово-хозяйственную деятельность коммерческой организации к достижению прибыли, консультирует руководителей и менеджеров разных уровней управления.

Содержание такого консультирования носит характер предварительного контроля, т. е. на стадии принятия управленческих решений надо дать оценку по экономическим и финансовым критериям, по соответствию направлению и эффективности.

Современная стадия развития контроллинга в том, что он ориентирован на разработку и исполь-

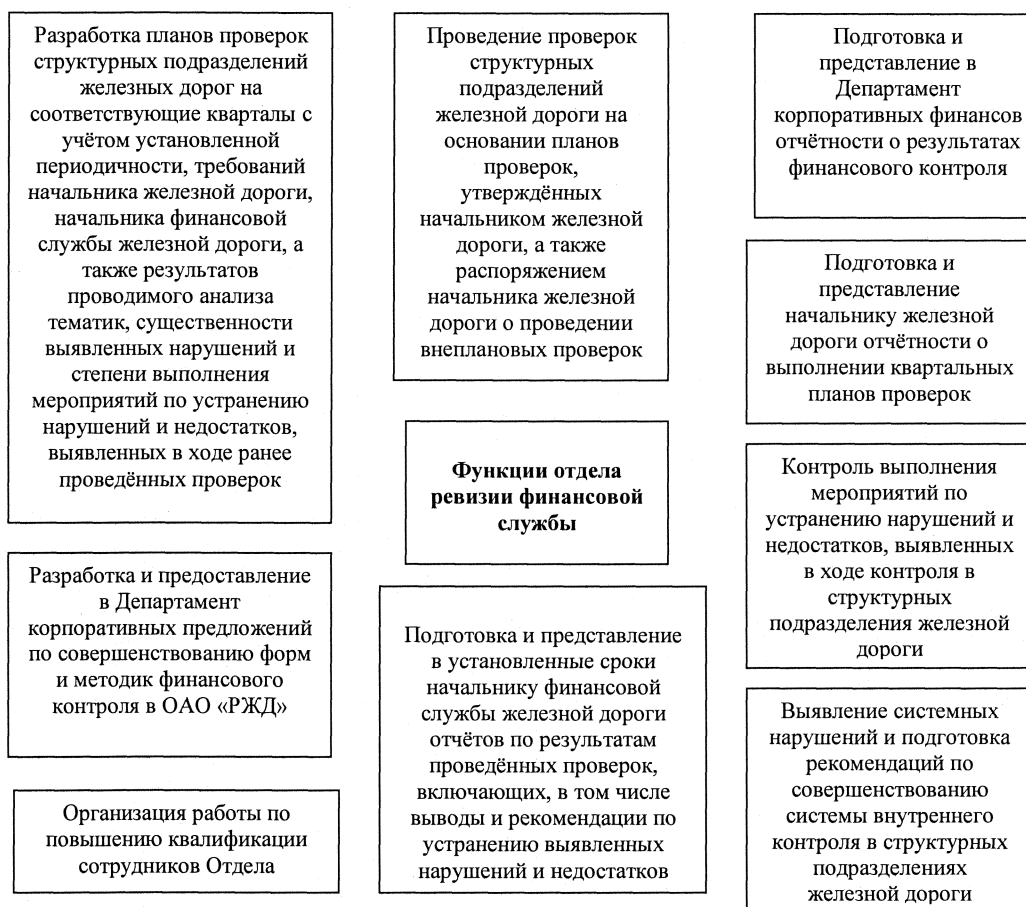


Рис. 2. Функции контрольно-ревизионных подразделений финансовых служб

зование в планировании и контроле методов анализа отклонений фактического состояния дела (показателей) от планового или нормативного состояния, на координацию и информационную поддержку процессов планирования, контроля и анализа.

Организация контроллингового процесса во многом определяется принципом построения системы управления холдинговой компанией: централизованны, децентрализованный, смешанный.

Современные холдинги имеют разветвлённую структуру – большое число разных предприятий, объединений. Особенностью контроллинговых систем холдингов является необходимость координации денежных потоков его субъектов.

Бюджет движения денежных средств (БДДС) – один из важнейших документов финансового планирования любой компании. Он позволяет оценивать будущий объём оплаты счетов контрагентам, устанавливать резерв на списание безнадёжных долгов, формировать оптимальную налоговую и инвестиционную политику компании и её дочерних предприятий, определять потребность в объёмах и сроках привлечения заёмных средств.

Холдинговая компания, с экономической точки зрения, образует единую организацию, поэтому общую картину её финансово-экономического состояния можно получить только на основе кон-

солидированной отчётности. Ещё одна особенность построения системы контроллинга в холдинговых компаниях заключается в необходимости консолидации планово-контрольных показателей.

Консолидация осуществляется на основе планово-контрольных расчётов, выполненных в каждом дочернем предприятии и управляющей компании.

При информационно-консолидированном планово-контрольном документообороте предполагается, что в холдинге действуют единые правила составления баланса и его статей, что обеспечивает достоверность данных.

Порядок проведения проверок контрольными подразделениями финансовых служб должен устанавливаться соответствующими инструкциями, методическими пособиями и рекомендациями по различным направлениям финансово-хозяйственной деятельности структурных подразделений железных дорог. Разработка инструкций, методических пособий и рекомендаций осуществляется Департаментом корпоративных финансов с дальнейшим их утверждением в установленном в ОАО «РЖД» порядке [2, с.12].

В условиях рынка организация должна иметь службу финансового контроля и планирования отличную от службы бухгалтерского учёта.

Развитие в России рыночных отношений вызывает необходимость радикальных преобразований в организации внутрифирменного контроля.

В условиях системного экономического кризиса, сопровождающегося усилением рыночной конкуренции, отечественные организации вынуждены для своего выживания уделять повышенное внимание построению эффективной системы внутреннего контроля [4, с. 9].

Процесс управления организацией включает следующие основные стадии.

1. Планирование – сбор и обработка информации, выработка управленческого решения.
2. Организация и регулирование реализации управленческого решения.
3. Учёт-сбор, измерение, регистрация и обработка информации, касающейся выполнения управленческого решения.
4. Анализ – разложение информации, полученной на стадии учёта, на отдельные компоненты; их изучение и оценка для принятия оптимальных управленческих решений.

Каждая из перечисленных стадий чередуется со стадиями контроля. Затем следует новый цикл непрерывного процесса управления организацией. Следовательно, стадия контроля в процессе управления играет двойственную роль. С одной стороны, стадии контроля неизменно чередуются с другими стадиями процесса управления, проникая в каждую стадию. С другой стороны, контроль обеспечивает оптимальный процесс управления на каждой стадии.

В связи с тем, что на любой стадии процесса управления неизбежны различные отклонения действительного состояния от требуемого, то для того чтобы своевременно располагать информацией об отклонениях, превышающих допустимые значения, необходим внутренний контроль [3, с. 15].

На рис. 3 [3, с. 56] показана взаимосвязь, взаимозависимость и взаимопроникновение каждого элемента управления организацией.



Рис. 3. Место внутрифирменного контроля в процессе управления организацией железнодорожного транспорта

Таким образом, внутрифирменный контроль является неотъемлемым элементом каждой стадии процесса управления; обособленной стадией

процесса управления; обособленной стадией процесса управления на всех других стадиях.

Главной особенностью внутрифирменного контроля является его двойственная роль в процессе управления организацией. В результате глубокой интеграции контроля и других элементов процесса управления практически невозможно определить круг деятельности и ответственности для работника, чтобы он относился к какому-либо одному элементу управления без его взаимосвязи и взаимодействия с контролем. Любая управленческая функция обязательно интегрирована с контрольной.

Рассмотрим функции и методы внутрифирменного блока. Он включает: контроль за ведением производственного учёта; составлением сметы затрат, выплатой зарплат и налогов, сбор и обработку данных бухгалтерского учёта для внутреннего управления финансами для представления внешним пользователям, составление и контроль за правильностью финансовой отчётности; анализ финансовой отчётности и использование его результатов для внутреннего контроля, оценку финансового состояния организации на текущий период и её использование для принятия оперативных управленческих решений в целях планирования.

Финансовому менеджеру производства для эффективного управления необходимо выделить приоритетные направления внутрифирменного контроля. К ним следует отнести: контроль объёма продаж, контроль себестоимости (издержек) и контроль финансовых результатов (прибыли).

Внутрифирменный контроль охватывает не только всю производственно-хозяйственную деятельность структурных подразделений и всю организацию в целом. Главное назначение внутреннего (управленческого) контроля состоит в непрерывном, сплошном и системном наблюдении за производственной деятельностью всех структурных подразделений в целях выявления резервов роста эффективности, обеспечения сохранности материальных и финансовых ресурсов, устранения причин и условий, порождающих бесхозяйственность и на их основе принятие оптимальных управленческих решений.

При осуществлении внутреннего контроля основное внимание уделяется центрам ответственности, возглавляемым руководителями, которые несут ответственность за результаты работы. В связи с тем, что в управленческом учёте различают центры ответственности: затрат, выручки и прибыли, то для целей управленческого контроля эти же центры ответственности являются и центрами контроля. Контроль издержек (затрат) занимает центральное место в управленческом контроле, так как необоснованный их рост отрицательно сказывается на финансовых результатах деятельности организации, снижении конкурентоспособности выпускаемой продукции, что в конечном итоге может привести к банкротству.

Система внутрифирменного (управленческого) контроля развивается и совершенствуется по мере развития рыночных отношений в России. Усложняются и его основные цели, главные задачи. Основная цель контроля состоит в выявлении отклонений фактического состояния управляемого объекта от тех нормативных, плановых и многих других характеристик, в соответствии с которыми он должен функционировать. Такая постановка цели даёт возможность, с одной стороны, избежать возложения на контроль различного рода несвойственных ему задач, а с другой стороны – более конкретно показать общую направленность этой специфической функции управления.

Следовательно, в зависимости от целевой направленности внутрифирменного (финансово-управленческого) контроля можно осуществлять внутрипроизводственный контроль. На железных дорогах он представляет собой управленческий контроль себестоимости перевозочного процесса, объёма грузовых и пассажирских перевозок и прибыли, осуществляемый руководителями разного уровня.

В российских условиях дополнительным фактором становится желание собственников и менеджмента упорядочить организационную структуру, бизнес-процессы и финансовых потоков растущих компаний, что может дать существенную экономию средств.

Действующее российское законодательство не содержит норм построения и функционирования системы внутреннего контроля в организациях. Решение о необходимости создания специальной контрольной службы принимают собственники и высшее исполнительное руководство компании, о чём свидетельствует служба финансового контроля ОАО «РЖД», созданная на основании распоряжения ОАО «РЖД» № 816р. Это решение определяется многими факторами: правовой формой, уровнем разделения функции владения и управления бизнесом; размерами и структурой разветвленности компании; уровнем рисков, присутствующих деятельности компании, менталитетом руководства организации, его желанием получать объективную оценку действий менеджеров на всех уровнях управления.

В крупных компаниях собственники занимаются вопросами определения стратегии и направления развития фирмы. Непосредственное управление компанией осуществляется профессиональными менеджерами. Для собственников всегда актуальным является вопрос контроля состояния дел в компании.

Задача менеджеров – управлять бизнесом, достигая поставленных целей наиболее эффективным образом. Решение этой задачи зависит от двух факторов:

1) наличия информации, необходимой для принятия правильных управленческих решений;

2) существования эффективной системы контроля выполнения принятых решений.

Поскольку построение системы внутреннего контроля – процесс трудоёмкий и длительный, возникает необходимость наличия в компании отдельного подразделения – контрольно-ревизионного подразделения финансовых служб железных дорог, которые подчинены Департаменту корпоративных финансов. Его деятельность фокусируется на выявлении ошибок и злоупотреблений. Следует отметить, что ревизионная деятельность направлена на уже произошедшие события и их последствия.

Иначе говоря, ревизия оценивает последствия уже материализовавшихся рисков и предлагает пути их снижения и уменьшения негативных воздействий.

Приведение системы внутрифирменного контроля Компании в соответствие с мировыми стандартами была разработана Концепция формирования единой системы внутреннего контроля ОАО «РЖД», которая 30.09.2008 года была одобрена на заседании Правления ОАО «РЖД». Цель концепции – формирование в ОАО «РЖД» риск-ориентированной Единой системы внутреннего контроля, направленной на повышение эффективности деятельности и финансовой устойчивости Компании, обеспечивающей совет директоров и исполнительное руководство информацией о надёжности и эффективности функционирования систем управления рисками, контроля корпоративного управления. Концепция определяет миссию внутреннего контроля как деятельность, направленную на обеспечение законности, сохранности финансово-хозяйственной деятельности, эффективности корпоративности и рыночной стоимости Компании; представление гарантий эффективности СВК бизнес-процессов и качества отчётности.

В крупных компаниях, имеющих географически обособленные филиалы и подразделения, где бизнес-процессы проходят через несколько функциональных подразделений для оказания помощи менеджменту и координации работы по формированию СВК формируются центры ответственности, которые реализуют следующие основные задачи:

– координация построения менеджментом риск-ориентированной СВК;

– разработка рекомендаций по оптимизации бизнес-процессов, документооборота и снижению рисков;

– содействие менеджменту по внедрению процедур внутреннего контроля;

– мониторинг эффективности процедур внутреннего контроля и процесса управления рисками.

Поэтому на уровне региональных центров корпоративного управления должны быть созданы аналогичные центры ответственности. Это позволит исключить дублирование в работе, повысить

качество контрольных процедур, достигнуть эффекта. Центры ответственности региональных единиц взаимодействуют по функциональным направлениям с причастными подразделениями аппарата управления Компании. Служба внутреннего контроля обеспечивает координацию работы по формированию СВК ОАО «РЖД», мониторинг результатов и надзор за внедрением и применением процедур внутреннего контроля.

В условиях создания холдинга ОАО «РЖД» появляется необходимость разработки и применения новых форм контроля за использованием финансовых ресурсов и других активов ОАО «РЖД», направляемых в ДЗО.

Важным направлением контроля, базирующегося на системе договоров между основным и дочерним обществами, является проведение проверочных действий. Это предполагает возможность прямого контроля финансово-хозяйственной деятельности ДЗО, что отвечает экономическим интересам, как головной компании, так и холдинга в целом. Данное направление контроля будет осуществляться по форме, методам и принципам в установленном в Компании порядке, на основе планов внутреннего контроля, утверждаемых её президентом.

В целях обеспечения единого подхода к организации СВК по решению ОАО «РЖД» в ДЗО создаются службы внутреннего контроля. Утверждение положений этих служб и назначение на должность руководителей должны осуществляться решением совета директоров ДЗО и по согласованию с Центром «Желдорконтроль». На последний возлагается методологическая и методическая функция по вопросам внутреннего контроля.

На исследуемых нами предприятиях Челябинского отделения ЮУЖД система внутрифирменного контроля построена следующим образом. Текущий финансовый контроль осуществляет ревизионный отдел, финансовой службы, созданный в управлении ЮУЖД (филиала ОАО «РЖД»). Что же касается ведомственного контроля, то его осуществляют Центры «Желдорконтроля», представители ОАО «РЖД», находящиеся на каждой железной дороге. Основанием для проведения проверок Центром являются планы работ, разработанные в соответствии с целевыми задачами, принятыми Правлением ОАО «РЖД» на предстоящий год. Проект годового плана работы утверждается президентом ОАО «РЖД». Программа проверки включает её тему, период, который должна охватить проверка, перечень основных объектов и вопросов, подлежащих проверке.

В программе проверки указываются все структурные единицы проверяемого подразделения, на которых будет проводиться проверка, руководитель проверки и его заместители, руководители ревизионных групп, а также состав ревизионных групп, участвующих в проверке отдельных предприятий, кратко определены основные вопро-

сы проверки. Программа проведения проверки утверждается начальником Центра, после чего издаётся Приказ по Центру о проведении проверки. Сроки проведения проверки и состав группы устанавливаются начальником Центра, начальниками соответствующих региональных управлений Центра с учётом объёма предстоящих работ. Предельный срок проведения проверки – 30 календарных дней без учёта времени, необходимого на согласование и подписание отчёта по результатам проверки.

По итогам проверки для обобщения её результатов составляется отчёт с выводами и предложениями, в котором отражаются выявленные нарушения и недостатки в работе проверяемых предприятий. Отчёт составляется в 3-х экземплярах: для предоставления начальнику Центра, руководителю проверяемого предприятия, начальнику регионального управления.

Отчёт подписывается руководителем проверки, а при необходимости и специалистами Центра, руководителем и главным бухгалтером проверяемого предприятия.

Проект отчёта направляется сопроводительным письмом руководителю объекта проверки для согласования. В процессе согласования рассматриваются возражения и принимаются совместные решения по спорным вопросам, относящимся к результатам проверки. Обсуждение и согласование материалов проверки проводится в период, определённый руководителем проверки.

Руководители проверяемого предприятия проводят лично в семидневный срок по окончании проверки разбор по результатам проверки с участием руководителей структурных подразделений, издаются приказы по результатам разбора и утверждаются мероприятия по устранению выявленных нарушений и недостатков, определяют должных лиц, ответственных за своевременное и полное устранение выявленных нарушений и недостатков.

Проведённая проверка считается законченной после проведения контрольных мероприятий в полном объёме, включая устранение нарушений и недостатков.

Заключительным результатом внутреннего контроля является получение информации о результатах хозяйственных процессов. Необходимо удостовериться, что эта информация будет полезной при последующем анализе и может служить обоснованием для принятия верного управленческого решения. Данную функцию выполняет контроль за достоверностью информации.

Таким образом, рассмотрев различные подходы отечественных учёных к проблеме внутрихозяйственного контроля затрат, мы приходим к выводу, что внутрифирменный контроль следует рассматривать как многогранное явление: с одной стороны, он является особым видом практической экономической деятельности организации, с другой стороны, внутренний контроль – одна из важ-

нейших функций управления, в третьих, он представляет собой систему обработки и интеграции внутренней информации. Эта специфика внутреннего контроля определяет его функции, характерные как в целом для контрольной деятельности, так и специфические функции внутреннего контроля.

Литература

1. Любовцева, Е.Г. Место и роль внутреннего контроля в процессе управления организацией / Е.Г. Любовцева. – М.: Экономический анализ: теория и практика. – 2007. – № 7(88). – С. 55–59.
2. Петрова, Л.В. Организация и методология внутреннего контроля учёта расходов в ОАО «РЖД» / Л.В. Петрова // Консалтинговый сборник. – М.: Магистраль, 2007. – № 3. – С. 10.
3. Попова, Т.Д. Внутренний контроль и аудит издержек / Т.Д. Попова, Л.А. Шмельцер, А.А. Чёрная. – Ростов н/Д.: Феникс, 2005.
4. Суйц, В.П. Внутрифирменный контроль / В.П. Суйц. – М.: Финансы, 1974. – 39 с.
5. Фридман, П. Контроль затрат и финансовых результатов при анализе качества продукции / П. Фридман. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1994. – 286 с.

Поступила в редакцию 26 июня 2009 г.

Бухтиярова Татьяна Ивановна. Доктор экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учёта и аудита торгово-экономического факультета Челябинского института (филиала) ГОУ ВПО «РГТЭУ», г. Челябинск. Область научных интересов – бухгалтерский учёт, управленческий учёт, анализ хозяйственной деятельности. Контактный телефон: (8-351) 253-38-03. E-mail: viola_1_49@mail.ru

Buchtiyarova Tatiana Ivanovna is Dr.Sc. (Economics), Professor of the Accounting and Auditing Department of the Commercial and Trade Faculty of Chelyabinsk branch of Russian State Economy and Trade University, Chelyabinsk. Research interests: enterprise and management accounting, business analysis. Tel: (8-351) 253-38-03. E-mail: viola_1_49@mail.ru

Лоскутова Наталья Ивановна. Старший преподаватель, соискатель кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Челябинского института путей сообщения (филиала) ГОУ ВПО «УрГУПС», г. Челябинск. Область научных интересов – экономика, бухгалтерский учёт финансы, маркетинг на железнодорожном транспорте. Контактный телефон: (8-351) 251-07-40. E-mail: natali_Loskut@mail.ru

Loskutova Natalya Ivanovna is senior lecturer, candidate for a degree at the Humanitarian, Social and Economic Sciences Department of Chelyabinsk Railway Institute, branch of Ural State University of Railway Transport (USURT), Chelyabinsk. Research interests: economics, accounting, finance, railway transportation marketing. Tel: (8-351) 251-07-40. E-mail: natali_Loskut@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Е.П. Третьякова, М.И. Бажанова

В статье проведен критический анализ применяемых методов оценки состояния трудового потенциала и показана их несостоятельность для решения многих управленческих задач. На основе современного представления о сущности трудового потенциала обосновано применение метода индексов ресурсов и метода контрольных вопросов для оценки его состояния. Представлен алгоритм расчета, выделены уровни состояния трудовых ресурсов, выявлены достоинства и недостатки предложенных методов.

Ключевые слова: методы оценки трудового потенциала, метод индексов ресурсов, метод контрольных вопросов, алгоритм оценки, уровни состояния трудового потенциала.

Развитие менеджмента как науки и практической деятельности приносит новые понятия, трансформирует понимание и природу известных, расширяет сферы управленческой деятельности. Так, сейчас уже ни у кого не вызывает сомнений необходимость управления не только материальными, но и нематериальными ресурсами, в том числе организационной структурой, корпоративной культурой, знаниями. Нематериальные активы во многом определяют потенциал компании, а, следовательно, и стратегию ее дальнейшего развития. Активно развивается направление, связанное с изучением формирования и развития человеческого капитала [1], который включает запас знаний, образование, практические навыки, компетенцию, творческие способности, культурный уровень человека, отношение к работе.

В практической деятельности человеческий капитал трансформируется в трудовой потенциал организации. Высокую значимость для организации трудового потенциала отмечают различные исследователи. Его следует учитывать при принятии различных управленческих решений, в том числе:

- при разработке и реализации стратегии развития организации;
- при построении бизнес-модели организации и управлении ею;
- при построении и совершенствовании структуры и системы управления организацией;
- при формировании и совершенствовании системы мотивации персонала;
- при формировании и выполнении тактических планов организации;
- при внедрении новых систем информационного обеспечения системы управления;
- в процессе инновационной деятельности организации.

Конкретно оценка состояния трудового потенциала необходима для решения как стратегических, так и текущих задач, в том числе определе-

ние направления дальнейшего развития организации, формирование технологии управления и дизайна рабочих заданий, определение сроков запуска в производство новых видов продукции и сроков выполнения заказов клиентов, решения относительно того, выполнять работу собственными силами или привлекать для этого по кооперации другие организации и т. д.

Таким образом, важность и сфера практического применения информации о состоянии трудового потенциала достаточно широка. Вместе с тем, между учеными нет единства мнений относительно его сущности.

Традиционно трудовым потенциалом организации называют совокупную способность к труду как отдельного работника, так и коллектива, исходя из возраста, физических возможностей, имеющихся знаний и профессионально-квалификационных навыков работников [2, 3]. Составляющими трудового потенциала считаются [4]:

- психофизические характеристики (состояние здоровья, работоспособность, тип нервной системы и др.);
- социально-демографические характеристики (возраст, пол, семейное положение и т. д.);
- квалификационные характеристики (уровень образования, объем специальных знаний и трудовых навыков, способность к инновациям, интеллект, творческие способности и т. д.);
- личностные характеристики (отношение к труду, дисциплинированность, активность, ценностные ориентации, мотивированность, нравственность и т. д.).

Таким образом, традиционно трудовой потенциал организации рассматривается как сумма некоторых личностных и деловых характеристик коллектива сотрудников и отражает возможности персонала организации к результативной трудовой деятельности.

Мы считаем такое механистическое представление устаревшим и не соответствующим совре-

менным запросам организации. Наиболее приемлемое представление о сущности трудового потенциала дается с точки зрения ресурсно-ориентированного подхода. Его сторонники рассматривают организацию как «институт интеграции знаний», результатом чего является производство продукции и услуг.

Действительно, трудовой потенциал организации формируется путем взаимодействия совокупности квалификационных и деловых характеристик работников с системой организационных отношений. Результат такого взаимодействия может быть различным. С одной стороны, способности и навыки отдельного человека, соединяясь со способностями и навыками других в процессе обмена опытом или совместной деятельности, дают положительный синергетический эффект для организации, который выражается в расширении возможностей организации при минимальных затратах. Условием возникновения такого эффекта является создание рациональной системы мотивации и соответствующей корпоративной культуры. С другой стороны, пренебрежение руководства к условиям работы и системе оплаты труда приводит к получению среднего по качеству результата работы персонала. Это не позволяет в полной мере использовать потенциал работников в интересах организации.

На основании таких рассуждений считаем наиболее корректным определение, сформулированное Шаталовой Н.И. [2]: «Трудовой потенциал – это социальный феномен, продукт специфического взаимодействия, который возникает в процессе трудового поведения, включения личности в систему общественного производства». Из определения следует, что трудовой потенциал – это не просто сумма формальных возможностей работников организации, это целостная система, обладающая высокой связанностью элементов. Причем связанность возникает не только благодаря взаимообусловленности различных способностей каждого индивида к труду, но и благодаря формальным и неформальным связям между участниками единого трудового процесса. Таким образом, трудовой потенциал отражает, с одной стороны, возможность активного участия работников организации в общественно-полезной деятельности как специфического производственного ресурса, с другой, – характеристику качеств работников, отражающих степень развития их способностей, пригодности и подготовленности к выполнению работ определенного вида и качества, отношения к труду, возможности и готовности трудиться с полной отдачей сил и способностей.

Считаем, что различное толкование понятия «трудовой потенциал» является результатом его эволюции от простого, аддитивного до сложного, системного или, образно, от плоскостного к многомерному. Ключевыми факторами трансформации, на наш взгляд, является не только переход к

рыночным отношениям, но также повышение динамичности экономической жизни и, как следствие, рост значимости человеческих ресурсов.

Одной из актуальных проблем менеджмента является существенное отставание методической и аналитической базы от динамики возникновения и развития теоретических концепций, а также потребностей управленческой практики. В данном случае наблюдается именно такая ситуация. Поддержание требуемого уровня, а также развитие трудового потенциала вызывает необходимость его регулярной оценки. И здесь возникают сложности методического характера. Изучение этого вопроса показало существование нескольких основных подходов к оценке трудового потенциала организации [4], в том числе:

- по социально-демографическим характеристикам персонала (пол, возраст, стаж работы, уровень образования и т. д.);

- по совокупному фонду рабочего времени, возможного к отработке;

- по стоимостной оценке трудового потенциала для организации с учетом суммы заработной платы персонала, фонда материального поощрения, затрат по обучению, переподготовке и повышению квалификации персонала.

Понятно, что такие оценки носят очень упрощенный характер, не соответствуют даже традиционному, простому представлению о трудовом потенциале и не могут использоваться для решения указанных задач. Современный подход к оценке трудового потенциала должен носить комплексный характер, отражая все многообразие его природы, при этом быть достаточно простым и универсальным в использовании. Исходя из представленных рассуждений, мы предлагаем использовать для оценки состояния трудового потенциала метод индексов ресурсов [1] и метод контрольных вопросов [5], переработанные нами для решения указанной задачи.

Метод индексов ресурсов предлагается разработчиками для оценки состояния нематериальных ресурсов организации. Сущность метода заключается в выделении ключевых параметров, отражающих в целом состояние ресурса каждого вида. Каждый ключевой параметр каждого вида ресурса оценивают с помощью определенного оценочного показателя. Далее измеряют фактические значения этих показателей и устанавливают шкалу критериев для их оценки в баллах. По каждому выделенному параметру проводится расчет индекса ресурса (I_i) по формуле:

$$I_i = ИВ_i + (6 - ИП_i), \quad (1)$$

где $ИВ_i$ – индекс важности i -го вида ключевого параметра; $ИП_i$ – соответствующий данному виду ключевого параметра индекс проблемности ($i = 1, \dots, n$).

Индекс важности определяется по пятибалльной шкале в зависимости от степени воздействия данного вида ключевого параметра на потенциал организации.

Индекс проблемности исчисляется на основании соотношения фактического и эталонного значения показателя i -го вида ключевого параметра.

Такой расчет проводится по всем видам ресурсов, затем определяют интегральный индекс по формуле

$$I_{\text{общ}} = \sum_{i=1}^n I_i. \quad (2)$$

Отметим, что метод индексов ресурсов является модификацией успешно применяемого в настоящее время индикаторного метода [1], который относится к системе методов нового поколения, называемой системой методов оценки достижений. Индикаторы – это сигналы благополучия и неблагополучия системы, которые могут отражать наличие и уровень использования ресурсов на предприятии, конкурентоспособность продукции и ее соответствие требованиям потребителей, эффективность управления и организации производства, состояние и развитие маркетинговой и внешнеэкономической деятельности.

Целесообразность выбора метода индексов ресурсов для оценки трудового потенциала обосновывается следующей логикой:

– метод дает возможность получить многомерную комплексную оценку трудового потенциала организации;

– состояние трудового потенциала можно выразить одним интегральным показателем.

Рассмотрим разработанные нами методические основы и процедуру формирования оценки состояния трудового потенциала организации.

Этап 1. Выбор индикаторов состояния трудового потенциала. Такими индикаторами могут быть образование сотрудников, стаж работы в организации и уровень удовлетворенности трудом [1]. Уровень образования сотрудников может быть охарактеризован как процент работников с высшим, незаконченным высшим и средним специальным образованием. Стаж работы – как процент работников, имеющих стаж работы более определенного количества лет. Требования к уровню образования и стажу работы определяются на основании потребностей конкретной организации с учетом сложности работы и времени, необходимого для подготовки специалиста для работы на данном рабочем месте. Уровень удовлетворенности трудом предлагается оценивать путем анкетирования работников.

Этап 2. Получение фактической информации для расчета индексов. Анкетные данные сотрудников организации предоставляются кадровой службой. Уровень удовлетворенности трудом определяется по группам показателей (содержание и важность работы, условия на рабочем месте, ясность должностных обязанностей, оплата труда, возможность и справедливость системы продвижения, возможность обучения, заинтересованность компании в сотрудниках) путем анкетирования

работников. Для этого может быть использован стандартный вопросник [5].

С целью упрощения обработки результатов анкетирования предлагаем формализовать ответы на вопросы путем присвоения ответам соответствующих баллов. Например, при ответе на вопрос, благоприятны ли условия труда на Вашем рабочем месте?

А) да – 3 балла;

Б) не совсем – 2 балла;

В) нет – 0 баллов.

Этап 3. Установление критериев для оценки уровня удовлетворенности сотрудников. Шкала должна быть разработана на основании требований конкретной организации с учетом количества вопросов в вопроснике. Пример шкалы при использовании анкеты из 14 вопросов представлен в табл. 1.

Таблица 1
Шкала оценки удовлетворенности сотрудников
работой в организации

| Оценка удовлетворенности, баллы | Характеристика степени удовлетворенности в расчете на 1 сотрудника |
|---------------------------------|--|
| 0–8 | Абсолютно не удовлетворен |
| 9–17 | Низкая удовлетворенность |
| 18–26 | Средний уровень удовлетворенности |
| 27–35 | Удовлетворенность выше среднего уровня |
| 36–42 | Высокий уровень удовлетворенности |

Этап 4. Получение ключевых показателей состояния трудового потенциала в баллах. Индекс важности определяется по пятибалльной шкале в зависимости от степени воздействия данного вида ключевого параметра на потенциал организации. Для этого фактические значения ключевых показателей следует перевести в баллы на основании разработанной для конкретной организации оценочной шкалы. Пример такой шкалы, разработанный нами для промышленной компании, представлен в табл. 2. Индекс проблемности определяется также по шкале, представленной в табл. 2.

Этап 5. Расчет индекса ресурса по каждому ключевому параметру. Расчет производится по формуле (1).

Этап 6. Расчет интегрального индекса. Расчет производится по формуле (2).

Этап 7. Построение шкалы оценки трудового потенциала. На основании возможного диапазона балльных оценок индекса определяют минимальное и максимальное значение интегрального индекса состояния трудового потенциала организации, затем формируют шкалу оценки. Пример такой шкалы представлен в табл. 3.

Рассмотрение процедуры построения оценки состояния трудового потенциала наглядно показывает необходимость привязки метода индексов

Пример оценочной шкалы ключевых показателей

| Оценка, баллы | Доля работников, имеющих высшее, незаконченное высшее и среднее специальное образование, % | Доля работников со стажем работы в организации более двух лет, % | Доля работников, удовлетворенных работой в организации, % |
|---------------|--|--|---|
| 1 | По 25 включительно | По 25 включительно | По 25 включительно |
| 2 | 26–41 | 26–41 | 26–41 |
| 3 | 42–57 | 42–57 | 42–57 |
| 4 | 58–73 | 58–73 | 58–73 |
| 5 | 74 и выше | 74 и выше | 74 и выше |

ресурсов к условиям и требованиям конкретной организации. В дальнейшем отработанная методика дает возможность проводить мониторинг состояния трудового потенциала и принимать соответствующие управленческие решения.

Для получения развернутой оценки трудового потенциала небольших организаций, филиалов или подразделений целесообразно использовать метод контрольных вопросов [6]. Ниже приводится изложение сущности и методических основ данного метода с учетом нашей доработки.

Метод сводится к отбору существенных для данной организации признаков (индикаторов) качества персонала, получению их фактических значений и вычислению интегральной оценки трудового потенциала. Этот метод также требует привлечения группы экспертов.

Рассмотрим процедуру получения оценки поэтапно.

Этап 1. Отбор признаков. Отбор признаков оценки качества персонала осуществляется с учетом требований конкретного производства, квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов, технических исполнителей. Такими признаками могут быть компетентность, стаж работы в должности, способность четко организовывать и планировать свой труд, ответственность, самостоятельность, инициатива, способность осваивать и использовать новые методы в работе, работоспособность, умение поддерживать контакты с другими работниками, дисциплинированность и прочее. Отбор признаков проводит группа экспертов, в состав которой могут входить руководитель подразделения, вышестоящий руководитель и специалист службы управления персоналом.

Этап 2. Оценка работников. Оценку качеств работника проводит руководитель подразделения и определяет ее в баллах по следующей шкале:

- 1 балл – низкий уровень;
- 2 балла – средний уровень;
- 3 балла – выше среднего уровня;
- 4 балла – высокий уровень.

В зависимости от численности коллектива оценке могут подвергаться все работники или репрезентативная выборка по одному из ключевых признаков, например, по категории работника.

Этап 3. Оценка значимости признаков. Эту оценку проводит также группа экспертов. Оцениваемые признаки могут иметь разную значимость, поэтому интегральная оценка ($K_{и}$) всей совокупности качеств работника осуществляется путем суммирования оценок признаков, умноженных на их удельную значимость по формуле:

$$K_{и} = \sum_{i=1}^n a_{ij} * x_i, \quad (3)$$

где i – порядковый номер признака ($i = 1, 2, \dots, n$); n – число признаков; j – уровень любого признака аттестуемого ($j = 1, 2, 3, 4$); a_{ij} – j -й уровень i -го признака у работника, баллов; x_i – удельная значимость i -го признака в общей оценке деловых качеств, в долях единицы. Значимость признаков определяется экспертами коллегиально. Уровень каждого признака определяется как среднее арифметическое данных экспертами оценок.

Следует учесть, что для разных категорий работников значимость признаков может быть различной.

Итоговая оценка образуется путем суммирования интегральных оценок, полученных по категориям работников. На основании итоговой оценки делается вывод о состоянии трудового потенциала коллектива организации или подразделения. Для получения структурированной оценки предлагаем далее выделить уровни состояния трудового потенциала организации, аналогично приведенным в табл. 3.

Дальнейшим развитием оценки состояния трудового потенциала может быть построение профиля трудового потенциала. Для этого необходимо определить нормативные значения для каждого показателя, построить нормативный, фактический профиль и провести их сравнение. Пример профиля представлен на рисунке. Далее по результатам сравнения определяют ключевые направления деятельности службы управления персоналом по повышению уровня трудового потенциала организации путем совершенствования системы подбора, обучения и развития персонала.

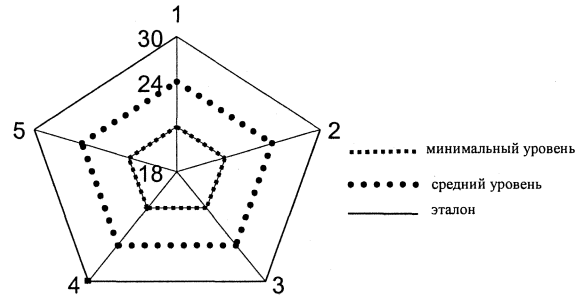
Обобщая изложенное, можно отметить, что рассмотренные методы дополняют друг друга. Действительно, метод индексов ресурсов позволяет оценить состояние трудового потенциала как

уровень проявления профессиональных и деловых характеристик сотрудников и результат их использования в системе организационных отношений. Метод контрольных вопросов направлен на более глубокое выявление профессиональной компетентности сотрудников.

Таблица 3

Шкала оценки состояния трудового потенциала

| Оценка, баллы | Уровни состояния трудового потенциала организации |
|---------------|---|
| Более 30 | Трудовой потенциал является крайне низким |
| 30–26 | Низкое значение трудового потенциала |
| 27–22 | Среднее значение трудового потенциала |
| 21–17 | Трудовой потенциал выше среднего уровня |
| Менее 17 | Максимальное значение трудового потенциала |



Профиль трудового потенциала

Важным фактором получения объективной оценки является состав группы экспертов для выполнения этой работы. Помощь в подборе экспертов могут оказать методики, представленные в соответствующей литературе.

Опробование рассмотренных методов с учетом внесенных усовершенствований на примере производственного подразделения крупной промышленной компании позволило определить их

Таблица 4

Достоинства и недостатки предлагаемых методов оценки трудового потенциала организации

| Метод индексов ресурсов | | Метод контрольных вопросов | |
|--|--|--|---|
| Достоинства | Недостатки | Достоинства | Недостатки |
| 1. Позволяет получить комплексную оценку трудового потенциала с учетом результативности его использования | 1. Требуются квалифицированные эксперты | 1. Позволяет получить развернутую оценку профессиональной компетентности сотрудников | 1. Трудоемкая обработка результатов анкетирования |
| 2. Позволяет выразить состояние трудового потенциала одним интегральным показателем | 2. В ходе оценки производится несколько экспертных допущений | 2. Позволяет провести оценку трудового потенциала организации на соответствие конкретным требованиям | 2. Требуются квалифицированные эксперты |
| 3. Требуется небольшой перечень оценочных показателей для получения интегральной оценки | 3. Трудоемкая обработка результатов анкетирования | 3. Возможна дифференциация качеств работников по значимости для организации | 3. Не исключается субъективность руководителей при оценке профессиональных качеств работников |
| 4. Позволяет минимизировать затраты времени на проведение оценки потенциала | – | 4. Позволяет выразить состояние трудового потенциала одним интегральным показателем | – |
| 5. Позволяет привести разнородные показатели к единой шкале оценок | – | 5. Позволяет привести разнородные показатели к единой шкале оценок | – |
| 6. Позволяет выделить уровни состояния трудового потенциала организации | – | 6. Позволяет выделить уровни состояния трудового потенциала организации | – |
| 7. Оценка может быть использована для мониторинга состояния трудового потенциала и определения его адекватности задачам управления | – | 7. Позволяет определить направления совершенствования деятельности службы управления персоналом | – |

сильные и слабые стороны, которые представлены в табл. 4.

Представленные методики отработаны и опробованы авторами на примере одного из производственных подразделений крупной промышленной компании. Полученные с их помощью результаты коррелировали с показателями движения персонала, что косвенно подтверждает объективность полученных оценок состояния трудового потенциала.

Литература

1. Гилева, Т. Компетентностно-ориентированный подход к формированию стратегии развития предприятия / Т. Гилева, Л. Исмагилова // *Проблемы теории и практики управления*. – 2007. – № 9. – С. 106–115.

2. Логиновская, О.А. Основы формирования и использования трудового потенциала на промышленном предприятии / О.А. Логиновская, А.К. Тацев // *Вестник ЮУрГУ*. – 2004. – № 10. – С. 319–322.

3. Маслов, Е.В. Управление персоналом предприятия: учебное пособие / Е.В. Маслов. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2003. – 312 с.

4. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 638 с.

5. Горшкова, Л.А. Анализ организации управления. Аналитический инструментарий. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 208 с.

6. Любит – не любит? Исследование степени удовлетворенности персонала работой компании // *Бизнес-квадрат*. – 2002. – № 1. – С. 32–34.

Поступила в редакцию 31 декабря 2009 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.

Tretyakova Yelena Petrovna is Cand.Sc. (Engineering), Associated Professor of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: design and analysis of management systems. Tel: 8 (351) 267-99-95.

Бажанова Марина Игоревна. Ассистент, аспирант Южно-Уральского государственного университета. Область научных интересов – управление финансовым капиталом. Контактный телефон: 8 (351) 267-99-95.

Bazhanova Marina Igorevna is assistant lecturer, postgraduate student of South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: financial capital management. Tel: 8 (351) 267-99-95.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДЕЛИ Р. НОРТОНА И Д. КАПЛАНА «СИСТЕМА СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ» ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИИ АГРОПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ

А.А. Усова

Рассмотрены вопросы применения модели Р. Нортона и Д. Каплана «Система сбалансированных показателей» при разработке стратегии предприятий агропромышленного комплекса в условиях интеграционной экономики современной России.

Ключевые слова: стратегическое управление, агропромышленный комплекс, интеграция, стратегия, система сбалансированных показателей.

Современное состояние рыночных отношений и рационально функционирующее экономическое пространство обуславливают в последние десятилетия трансформацию национальных хозяйств рыночно развитых стран, по существу, в единую интегрированную систему. Достаточно большую роль в этих процессах играет обеспечение приемлемых условий хозяйствования и наличие научно-обоснованного межотраслевого баланса. Формирование данного баланса – одна из ключевых задач системы управления в области экономики и без её решения избежать возникновения кризиса в отрасли проблематично.

Известно, что наиболее ослабленной отраслью российской экономики является АПК, и кризис в данном секторе во многом обусловлен несправедливыми отношениями между сельскохозяйственными предприятиями и формированиями других отраслей. К примеру, по мнению компетентных специалистов, пользуясь своим монопольным положением, в течение продолжительного времени банки существенно завышали стоимость кредитов, предоставляемых хозяйствам, а перерабатывающие предприятия слишком явно занижали цены на закупаемую у сельхозтоваропроизводителей продукцию [2].

Как следствие, данная практика отрицательно повлияла на состояние экономики.

Происходящие интеграционные процессы требуют новых подходов к управлению агропредприятиями, основанных на стратегических концепциях, позволяющих строить модели «будущего» развития в условиях постоянно изменяющейся внешней среды. Ключевым аспектом стратегического управления является стратегия [1, 4, 8], которая применительно к специфическим условиям аграрного сектора может быть определена как ключевое направление развития агробизнеса, совокупность организационных мероприятий и управляющих подходов, способствующих достижению целей агропредприятия. Если расширять значение стратегии, используя подход Г. Минцберга, то стратегия – это система долгосрочного планиро-

вания; стратегия – это позиция, занимаемая аграрным сектором в системе интегрированной экономики; стратегия – это «компетенции» агропредприятий; стратегия – это принцип эффективного функционирования; стратегия – в первую очередь, развитие, перспективное развитие.

Бурное развитие концепций стратегического управления и технологий управления – характерная особенность последних лет. Поэтому при корректировке концептуального подхода к формированию стратегии агропредприятий в условиях интеграционной экономики будем использовать инструментарий на основе **Системы Сбалансированных Показателей (Balanced ScoreCard, BSC) (ССП)**, которую предложили Р. Каплан (R. Kaplan) и Д. Нортон (D. Norton).

Основа данной концепции – воплотить видение руководства предприятий в реальность, а также связать стратегию с оперативной деятельностью и стоимостными факторами. Главная особенность системы BSC заключается в том, что она тесно связана с бизнес-процессами, которые направлены на удовлетворение потребностей клиентов, и в которые вовлечены все сотрудники. BSC-модель является элементом хорошо разработанной системы и ориентирует руководство агропредприятия на адекватное стратегическое развитие. BSC-модель отражает расширение информационных возможностей системы управления путем добавления нефинансовых показателей в систему оценки результатов деятельности для достижения целей управления. При этом нефинансовые критерии тесно связаны с ключевыми факторами успеха, т. е. со стратегией (рис. 1).

В BSC-системе ключевые показатели деятельности группируются по различным направлениям, которые авторы называют перспективами (perspectives), и которые позволяют определить стратегически значимые меры и ориентироваться на достижение определенных целей, используя полученное знание эффективности бизнес-процессов, моделируя соответствующую систему управления персоналом и инфраструктуру [3, 9, 10].

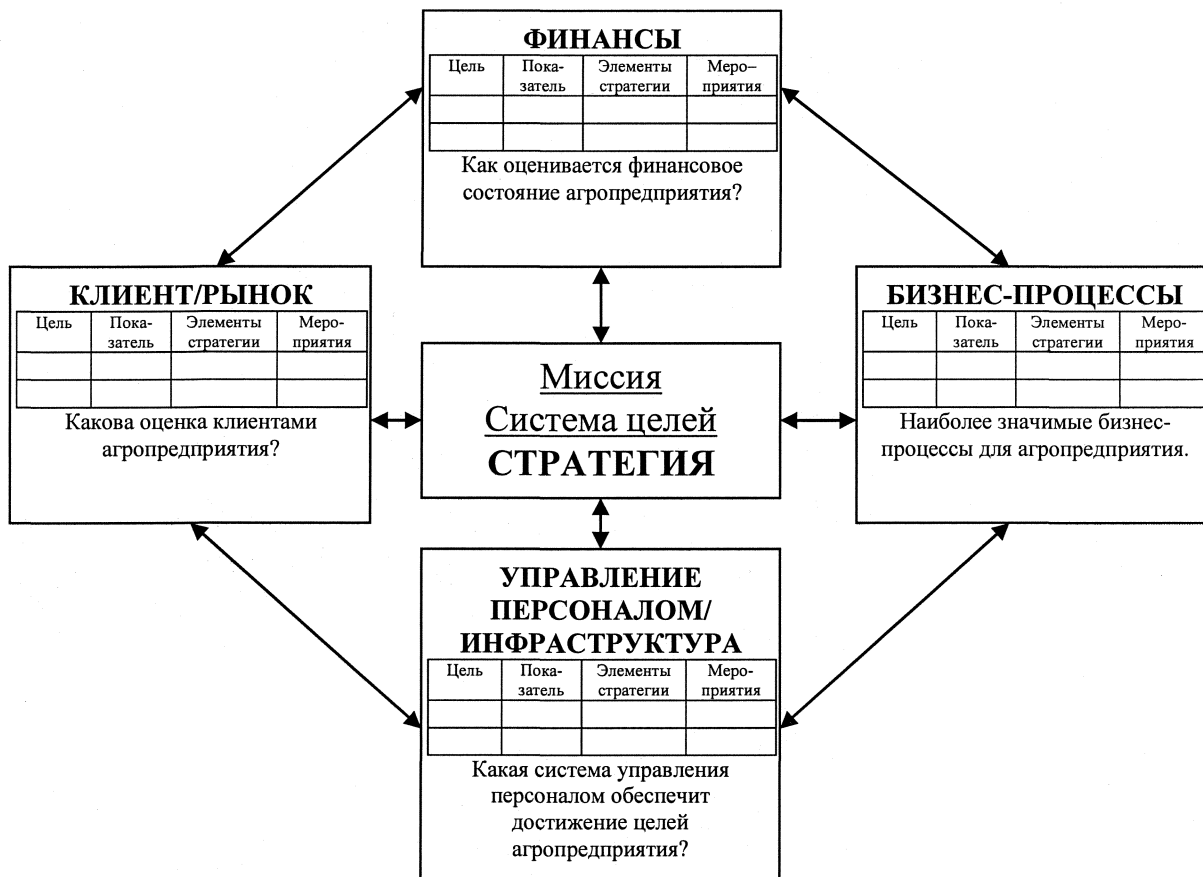


Рис. 1. Модель Нортон–Каплана «Система сбалансированных показателей»

Надо отметить, что используя для разработки стратегии агропредприятий модель «Система сбалансированных показателей», необходимо учитывать каждую отдельно взятую перспективу с определением основных факторов, влияющих на нее.

Факторы применительно к предприятиям аграрного сектора экономики России были классифицированы на две основные группы: природно-естественные и социально-экономические. В природно-естественные были включены: почвы (П), растения (Р), животные (Ж) и природно-климатические условия (модель П – Р – Ж). Социально-экономическая группа факторов объединяет управление (У), организацию производства и труда и все других механизмы хозяйствования (О), технологии с системой машин (Т) (модель У – О – Т).

Используя метод ФДО (факторы – деятельность – объекты исследования) по лучшим следующим решения (табл. 1).

При применении модели при разработке стратегии агропредприятий можно также использовать инструментарий, проработанный специалистами Академии менеджмента «Инталев», г. Москва.

Для наглядной иллюстрации реализации вышеуказанных инструментов приведем пример разработки стратегии управления на основе модели Нортон – Каплана «Система сбалансированных показателей» в отношении агропредприятий. В

табл. 2 приведены возможные показатели перспективы «Финансы».

Пример определения стратегических целей и показателей перспективы клиенты/рынок приведен в табл. 3.

В ходе определения стратегических целей и показателей перспективы «бизнес/процессы» следует применять инструменты интегрирования, пример приведен в табл. 4.

Стратегические цели и показатели перспективы «управление персоналом/инфраструктура» приведены в табл. 5.

Для построения интегрированной сбалансированной системы, определяющей стратегию агропредприятия, используем прием «Каскадирование показателей» (рис. 2) [1, 6, 7].

На стратегической карте предприятия видна значительная роль операционных бизнес-процессов. Представляющая их цель (П2) непосредственно связана с тремя целями клиентской составляющей (К1, К2, К3) и финансовой целью (Ф2).

Рассмотрим стратегические причинно-следственные связи в целом. В области финансовой составляющей главная цель (Ф1) – стабильная прибыльность, для достижения которой выделены два русла цепочек: отвечающие за рост прибыли и отвечающие за рост стабильности или устойчивости.

Таблица 1

Содержание метода ФДО (факторы – деятельность – объект исследования)

| Факторы | Деятельность | Результат |
|--------------------------------|--|---|
| <u>Природно-естественные</u> | Учет плодородности. | Формирование стратегии управления агропредприятием, учитывающей и обобщающей приоритетные виды деятельности АПК |
| Почва | Технология возделывания. Обработка. Орошение. Удобримость | |
| Растительность | Селекция. Контроль за качеством семян | |
| Животные | Племенной отбор. Качественное ветеринарное обслуживание и содержание | |
| <u>Социально-экономические</u> | Изучение опыта. Создание новых технологий в управлении. Привлечение высококвалифицированных кадров | |
| Управление | Построение новых организационных структур управления. Апробация их на практике. Проведение экспериментов | |
| Организация | | |
| Технологии | Применение новейших технологий АПК. Изучение отечественного и зарубежного опыта | |

Таблица 2

Определение стратегических целей и показателей финансовой перспективы (пример)

| Показатель | Стратегическая цель | На что влияет | Показатель | Задача | Программа действий |
|------------|--|---------------|--------------------------------------|---------------------------------|---|
| Ф1 | Обеспечить стабильную прибыльность | Ф | Рентабельность собственного капитала | Не ниже 25 % (на ближайший год) | Внедрение системы финансового планирования и управление |
| Ф2 | Обеспечить прогнозируемость и устойчивость организации | Ф1 | Соответствие плановым показателям | Отклонение не более, чем на 5 % | Создание системы управленческой отчетности |
| | | | | | Создание системы взаимосвязанных бюджетов |
| | | | | | Создание системы документооборота |

Таблица 3

Определение стратегических целей показателей перспективы «клиент/рынок»

| Показатель | Стратегическая цель | На что влияет | Показатель | Задача | Программа действий |
|------------|--|---------------|---|--------------------|---|
| К1 | Привлечение новых клиентов | Ф1 | Прибыль от новых клиентов по сравнению с предыдущим периодом | Прирост на 3 % | Процедура ведения клиента |
| | | | | | Маркетинговая программа (план, бюджет) по привлечению клиентуры |
| | | | | | Портфель финансовых предложений |
| К2 | Удерживать и повышать лояльность существующих клиентов | Ф1 | Прибыль от существующих клиентов по сравнению с предыдущим периодом | Прирост на 3 % | Процедура управления взаимоотношениями с клиентами |
| | | | | | Портфель финансовых предложений |
| К3 | Создать и развить искомый имидж предприятия (программа развития агроорганизации) | К1, К2 | Комбинированный показатель учитывающий результаты опросов клиентуры и мнение «окружающего мира» | Соответствие плану | План продвижения агроорганизации |

Таблица 4

Определения стратегических целей и показателей перспективы «бизнес/процессы»

| Показатель | Стратегическая цель | На что влияет | Показатель | Задача | Программа действий |
|------------|---|--------------------|---|----------------------------------|---|
| П1 | Диверсифицировать выручку (прибыль) по клиентам, продавцам, поставщикам, производителям | Ф2 | Доля ключевых клиентов в выручке (прибыли) компании в целом | Отношение Парето (80:20) | Программа действий по привлечению и удержанию клиентуры |
| | | | Доля ключевых продавцов в выручке (доходе) организации в целом | Не более 20 % | Программа действий по повышению эффективности персонала |
| | | | Доля поставщика в общем объеме закупок | | Подбор партнеров-поставщиков с точки зрения оптимальности работы с ними и их альтернативности |
| | | | Доля производителя в общем обороте организации | | Программа по продвижению новых (альтернативных) товаров (продуктов, услуг) |
| П2 | Обеспечить качество всех процессов | Ф1, Ф2, К1, К2, К3 | Количество нареканий клиентов к качеству услуг организации по результатам опросов и анкетирования | Не больше, чем в прошлом периоде | Оптимизация бизнес-процессов Автоматизация бизнес-процессов там, где это возможно |
| | | | Количество нареканий коллег по результатам внутренних опросов | Не больше, чем в прошлом периоде | Внедрение методологии управления проектами Программа внутреннего обучения |

Таблица 5

Показатели перспективы «управление персоналом/инфраструктура»

| Показатель | Стратегическая цель | На что влияет | Показатель | Задача | Программа действий |
|------------|--|---------------|--|----------------------------------|---|
| P1 | Повысить эффективность персонала | Ф1, П2 | Доход / Персонал | Не менее, чем _____ руб. | Система подбора, развития и аттестации персонала |
| | | | | | Персонализированные программы профессионального и карьерного роста и мотивации |
| P2 | Обеспечить соответствие уровня компетенции персонала заявленному | К3, П2 | Количество нареканий по результатам анкетирования по окончанию сделки | Не больше, чем в прошлом периоде | Программы обучения и сертификации персонала (организации), развитие необходимых компетенций |
| P3 | Увеличить долю продаж перспективных направлений (продуктов, услуг) в общем объеме продаж | Ф1, Ф2, К3 | Отношение дохода от продуктов (услуг) к доходу от поставок техники по сравнению с прошлым периодом | Прирост, % | Маркетинговый план развития и продвижения перспективных направлений (продуктов, услуг) |

В первом русле находятся три фактора, непосредственно влияющие на прибыльность: привлечение новых клиентов (К1), удержание соответствующей клиентуры (К2) и повышение эффективности персонала (P1). На стратегической карте видно, что на имидж (К3) замкнуто большое количество причинно-следственных цепочек. Фактиче-

ски все три направления составляющей развития прямо или опосредованно участвуют в формировании имиджа. Это говорит о том, что клиентоориентированность стала второй важной составляющей стратегии агропредприятия.

Одним из эффективных способов сохранения существующей клиентуры и повышения ее лояль-



Рис. 2. Каскадирование показателей модели «ССП»

ности (К2) является повышение качества бизнес-процессов. Отлаженные процессы снижают до минимума нарекания клиентов и повышают степень их удовлетворенности сотрудничеством с компанией. Отсюда вытекает возможность сохранить приемлемые для агропредприятия цены на его услуги и в то же время не растерять существующую клиентуру.

Во втором русле также присутствуют три фактора, непосредственно влияющие на верхний показатель (в данном случае – на показатель устойчивости):

- качество всех бизнес-процессов (П2);
- диверсификация всех альтернатив (П1);
- увеличение доли перспективных направлений (Р3).

Диверсификация альтернатив выступает способом снижения внешних и внутренних рисков организации [11]. В объеме продаж предприятия доля ведущих клиентов (выражает внешний риск) и доля ведущих продавцов (внутренний риск) должны соответствовать определенному критерию оптимальности. Аналогично в объеме закупок предприятия доли основных поставщиков и ос-

новных производителей не должны превышать разумного предела.

Увеличение доли перспективных направлений – третий способ повышения устойчивости компании. Продукты и услуги, находящиеся в стадии роста своего жизненного цикла, способны обеспечить наиболее быструю динамику продаж.

В финансовой составляющей программы (стратегические инициативы агропредприятия) должны быть сфокусированы на цели Ф2 «Обеспечить прогнозируемость и устойчивость агропредприятия». При этом традиционные средства достижения этой цели: финансовое планирование, управленческая отчетность, надлежащим образом организованный документооборот.

В клиентской составляющей инициативы поддерживают все три задачи (целевые значения К1, К2, К3). Данные инициативы создаются на трех направлениях: процедуры взаимоотношений с клиентами, планы привлечения клиентов и портфели финансовых вложений.

Стратегическая цель диверсификации (П1) измеряется четырьмя показателями: доля ключевых клиентов в выручке или прибыли, доля ключевых

чевых продавцов в выручке или доходе, доля поставщика в общем объеме закупок и долей производителя. Развитие новых видов услуг приводит к расширению круга производителей.

Стратегическая цель – качество всех процессов – измеряется двумя показателями: количеством нареканий клиентов и количеством нареканий коллег. В той части бизнес-процессов, которая непосредственно затрагивает клиентов, агроорганизации необходимо добиваться качества с помощью оптимизации и автоматизации. Ускорение обработки заказов клиентов, рационализация процессов и их большее удобство для клиентов – таковы задачи, которые трудно решить без автоматизации.

Другие бизнес-процессы клиентам не видны, но очень важны для сотрудников. В области таких бизнес-процессов агроорганизации необходимо перейти к управлению проектами и интенсифицировать обучение сотрудников и информационный обмен.

Последняя группа стратегических целей находится в составляющей развития. Две такие цели непосредственно касаются развития персонала:

- 1) повышение эффективности персонала;
- 2) обеспечение соответствия уровня компетенции персонала заявленному. Первая цель измеряется с помощью показателя «доходы/персонал», вторая – с помощью показателя «количество нареканий клиента за время осуществления сделки».

Таким образом, при реализации основных положений стратегического управления агропредприятиями России в условиях интеграционной экономики целесообразно рассматривать механизм выработки стратегии управления через модель Нортон – Каплана «Система сбалансированных

показателей», которая наиболее полно отражает особенности интеграции.

Литература

1. Акмаева, Р.И. *Стратегическое планирование и стратегический менеджмент* / Р.И. Акмаева. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 208 с.
2. Алавердов, А.Р. *Стратегический менеджмент в коммерческом банке: учебник* / А.Р. Алавердов. – М.: Маркет ДС Корпорейшин, 2007. – 569 с.
3. Боумэн, К. *Основы стратегического менеджмента: пер. с англ.* / К. Боумэн. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. – 2002. – 175 с.
4. Веснин, В.Р. *Стратегический менеджмент* / В.Р. Веснин. – М.: МГИУ, 2007. – 320 с.
5. Глушаков, В.Е. *Стратегический менеджмент* / В.Е. Глушаков. – М.: Экоперспектива, 2001. – 168 с.
6. Зуб, А.Т. *Стратегический менеджмент* / А.Т. Зуб. – М.: Проспект / ТК Велби, 2007. – 432 с.
7. Зуб, А.Т. *Стратегический менеджмент. Теория и практика* / А.Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 416 с.
8. Зуб, А.Т. *Стратегический менеджмент. Методология и практика* / А.Т. Зуб, М.В. Локтионов. – М.: Генезис, 2001. – 752 с.
9. Ламбен, Жан-Жак. *Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг* / Жан-Жак Ламбен. – СПб.: Питер, 2008. – 800 с.
10. *Стратегический менеджмент: учебник* / под ред. А.П. Петрова. – СПб.: Питер, 2008. – 174 с.
11. Томпсон, А.А. *Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа* / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М.: Вильямс, 2007. – 928 с.

Поступила в редакцию 18 апреля 2009 г.

Усова Анастасия Анатольевна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг и менеджмент» факультета «Коммерция» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – стратегическое управление на предприятиях аграрного сектора экономики России. Контактный телефон: 8-909-0763844.

Usova Anastasia Anatolievna is Cand.Sc. (Economics), Associate Professor of the Marketing and Management Department of the Commerce Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: strategic management at enterprises of agricultural sector of Russian economy. Tel: 8-909-0763844.

Предпринимательская деятельность

УДК 658.64
ББК 65.422.57

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ СУЩНОСТИ УСЛУГ

Д.А. Карх

Рассмотрены различные подходы к сущности и понятию «услуга», различные точки зрения на их роль и значение в системе экономических отношений. Дана авторская трактовка понятия услуга.

Ключевые слова: услуга, вид деятельности, результат деятельности, рыночные отношения.

Экономические преобразования, осуществляемые в нашей стране, предполагают комплексное развитие новых хозяйственных отношений во всех звеньях экономики, формирование гибкой системы управления и создания условий, необходимых для эффективной предпринимательской деятельности.

Процесс насыщения рынка товарами, всевозрастающая конкуренция и интеграция, происходящая как в сфере производства, так и в сфере потребления, требуют обобщения опыта, накопленного в зарубежной и в отечественной практике, активизации исследований по изучению места, роли, и значению услуг в экономике, определению перспектив развития, повышению роли на региональном и федеральном уровне.

Эволюция взглядов на понятие, сущность, роль и место услуг тесно связана с имеющимися в стране экономическими реалиями. В научной литературе существует множество определений услуги, причём иногда взаимоисключающих, что отражает, сложность и малоизученность рассматриваемого явления. Особо оживленные дискуссии по этому поводу развернулись в конце 60-х – начале 70-х годов XX века. Именно тогда сфера услуг развитых стран стала приносить в ВВП примерно столько же, сколько промышленный и аграрный секторы экономики вместе взятые.

Действительно, до сих пор не существует единой формулировки сущности услуг, их систематизации по присущим им характеристикам как экономической категории и как рыночного товара.

В современной концепции под услугами понимается огромное разнообразие видов деятельности, работ и занятий, осуществляемых в ходе общественного воспроизводства [8].

Анализ работ представителей зарубежной и российской теории услуг позволяет нам выявить, что множество вариантов определения этой категории можно разделить на три группы, в зависимости от подхода к определению сути услуги:

1) определения, характеризующие услугу как действия, виды деятельности, саму деятельность;

2) определения, рассматривающие услугу как результат деятельности;

3) определения, характеризующие услугу и как деятельность и как результат.

Группировки, выделенные по этому принципу, представлены в таблице.

Каждое из определений, представленных выше, имеет как достоинства, так и недостатки.

Наиболее очевидная их критика может состоять в том, что в том или ином отношении они ограничены.

Исследователи, отнесенные нами к 1-й группе, услугами иногда называют деятельность, не создающую самостоятельного продукта, материального объекта или материальных ценностей (например, К. Гренрос, Т. Данько, К. Белявский). Утверждение будет неверным в том случае, если услуга заключается, например, в пошиве одежды или изготовлении обуви из материалов, представленных заказчиком. Ещё более очевидна спорность такого подхода, если рассматривать услуги предприятий общественного питания. Довольно часто можно встретить определение услуги как полезного действия, дел, поступков или же действий вообще. Очевидно, что это определение чересчур обще (например, В. Золоторёв). Представители исследователей, рассматривающих услугу как результат деятельности (Т. Хилл, М. Леви, Б. Рейзенберг и др.) дают слишком разные трактовки «результат деятельности», что затрудняет чёткое определение «услуги». Ещё один подход к исследованию понятия «услуга» связан с учёными, рассматривающие её и как деятельность, и как результат одновременно (Стэнтон, Андерсон, Бесом и др.). Недостаток этого подхода состоит в рыхлости формулировок, не позволяющих уловить суть рассматриваемого явления и невозможности дать развернутое определение услуги.

Таким образом, термин «услуга» включает в себя широкий набор разнообразных неосязаемых продуктов и действий, которые трудно кратко изложить в пределах простого определения. Услуги

Предпринимательская деятельность

Подходы к определению понятия услуги

| Автор или источник | Определение |
|---|---|
| 1. Определения, характеризующие услугу как действия, виды деятельности, и как саму деятельность | |
| К. Гренроос [2] | Услуга – процесс, включающий серию (или несколько) неосязаемых действий, которые по необходимости происходят при взаимодействии между покупателями и обслуживающим персоналом, физическими ресурсами, системами предприятия-поставщика услуг. Этот процесс направлен на решение проблем покупателя услуг |
| Ф. Котлер [2] | Услуга – любая деятельность, которую одна сторона может предложить другой; неосязаемое действие, не приводящее к владению чем-либо. В некоторых случаях предоставление услуг связано с материальными продуктами, в других – не имеет к ним никакого отношения |
| Т.П. Данько [4] | Услуги – это вид деятельности, который создает полезный результат, не имеющий вещественной формы, но удовлетворяющий определенную потребность человека |
| В.Г. Золоторёв | Услуги – это целесообразная деятельность, направленная на удовлетворение каких-либо потребностей человека и общества в целом, но не создающая новых потребительных стоимостей (новых средств производства или предметов потребления) |
| Б.Э. Тоффлер [2] | Услуга – это 1) работа, выполненная одним человеком для другого; 2) вид бизнеса, при котором продаются не материальные продукты, а помощь и знания |
| И.К. Беляевский [4] | Услуга является особой формой товара и представляет собой полезное действие, направленное на удовлетворение определенных потребностей и осуществляемое в обмен на деньги |
| Федеральный закон «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности» [5] | Услуга – это предпринимательская деятельность, направленная на удовлетворение потребностей других лиц |
| 2. Определения, характеризующие услугу как результат деятельности | |
| Словарь терминов современного предпринимательства | Услуги – это результат непродуцированной деятельности предприятия или отдельного лица, который служит для удовлетворения определенных потребностей человека и выступает в качестве товара |
| М. Леви и Бартон А. Вейтц [2] | Предоставление услуги – набор действий и программ, направленных на улучшение процесса совершения покупки |
| Т. Хилл [2] | Услуга – это изменение состояния лица или товара, принадлежащего какой-либо экономической единице, происходящее в результате деятельности другой экономической единицы с предварительного согласия первой, то есть услуга рассматривается как конкретный результат экономически полезной деятельности, проявляющийся либо в виде товара, либо непосредственно в виде деятельности |
| ГОСТ Р 50646-94 [5] | Услуга – результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя |
| Международный стандарт ISO 8402:1994. «Управление качеством и обеспечение качества» | Услуги – итоги непосредственного взаимодействия поставщика и потребителя и внутренней деятельности поставщика по удовлетворению потребности потребителя. Услуга может быть связана с производством и поставкой материальной продукции |
| Б.А. Райзенберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева [3] | Услуги – виды деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Это блага, предоставляемые не в виде вещей, а форме деятельности. Таким образом, само оказание услуг создаёт желаемый результат |
| Л.И. Лопатников [7] | Услуги – это блага, представленные не в форме вещей, а в форме деятельности |
| А.П. Дурович [6] | Услуги – это объекты продажи в виде действий, выгод или удовлетворений |
| 3. Определения, характеризующие услугу как деятельность и как результат | |
| Миандингем, Демойел, Майпорт [2] | Услуги – специфический товар, зачастую неосязаемый. Услуги присутствуют практически везде, сопутствуя любому виду деятельности |
| К. Маркс | Услуга – потребительная стоимость, воплощенная в товаре, и в виде чистых услуг, не получающих в виде вещи самостоятельного бытия отдельно от исполнителя. Потребитель покупает услуги для потребления, то есть, как потребительные стоимости, предметы, тогда как для производителя этих услуг они – товары, которые имеют и потребительную и меновую стоимости |
| В.И. Стаханов [6] | Услугу можно определить как продукт труда, полезный эффект которого выступает не в форме вещи, а форме деятельности, направленной на вещь и (или) человека |
| Г.А. Аванесова [1] | Услуга – понятие, обозначающее действие, приносящее пользу, благо, помощь другому человеку |
| Р.М. Бесом [4] | Для потребителя услуги – это любые предлагаемые для продажи действия, которые обеспечивают ценные выгоды или удовлетворения; действия, которые он не может сделать для себя, те, которые он выбирает, чтобы не делать их для себя |

Окончание таблицы

| Автор или источник | Определение |
|--------------------|--|
| О. Андрессен [2] | Услуги – любая неосязаемая польза (выгода), которая оплачена непосредственно или косвенно и которая часто включает больший или меньший физический или технический компонент |
| В.Ж. Стэнтон [2] | Услуги – это отдельно идентифицируемые, неосязаемые действия, которые обеспечивают желаемое удовлетворение, когда предложены на продажу потребителям и/или производственным пользователям и которые не обязательно сопутствуют продаже изделия или другой услуги |

также часто трудно отделить от товара, с которыми они в различной степени могут быть связаны, а удовлетворённость от товара – от удовлетворённости от полученных при его покупке услуг.

Исходя из этого, мы определяем услугу следующим образом: *услуга – любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо. Производство услуг может быть, а может и не быть связано с товаром в его материальном виде.*

Всё вышеизложенное позволяет утверждать, что услуги составляют неотъемлемый элемент национального общественного продукта. Этот вид деятельности создаёт полезный результат, не имеющий вещественной формы, но удовлетворяющий определенную потребность человека, т. е. экономическое благо.

Рыночные услуги выступают объектом купли-продажи, издержки по ним покрываются целиком или в значительной степени за счёт выручки от их реализации, а цены услуг определяются соотношением спроса и предложения.

Литература

1. Арасланов, Т.Н. *Маркетинг услуг: уточнение некоторых понятий с экономической точки зрения* / Т.Н. Арасланов // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2004. – № 2. – С. 105–107.
2. Лавлок, К. *Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия*. – 4-е изд.: пер. с англ. / К. Лавлок. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 1008 с.
3. Лыгина, Н.И. *Маркетинг товаров и услуг: учебник* / Н.И. Лыгина, И.Р. Ляпина. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2005. – 240 с.
4. Маркова, В.Д. *Маркетинг услуг* / В.Д. Маркова. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 128 с.
5. Николаева, М.А. *Маркетинг товаров и услуг: учебник* / М.А. Николаева. – М.: Издательский дом «Деловая литература», 2005. – 448 с.
6. Песоцкая, Е.В. *Маркетинг услуг* / Е.В. Песоцкая. – СПб.: Изд-во «Питер», 2000. – 160 с.
7. Разумовская, А.Л. *Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика* / А.Л. Разумовская, В.М. Янченко. – М.: Изд-во «Вершина», 2006. – 496 с.
8. Стаханов, В.Н. *Маркетинг сферы услуг: учеб. пособие* / В.Н. Стаханов, Д.В. Стаханов. – М.: Экспертное бюро, 2001. – 160 с.

Поступила в редакцию 11 марта 2009 г.

Карх Дмитрий Андреевич. Кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции и экономики торговли, декан заочного факультета Уральского государственного экономического университета. Контактный телефон: (343)-257-02-08, 251-96-75.

Karkh Dmitry Andreevich is Cand.Sc. (Economics), Associate Professor of the Commerce and Trade Economy Department, Dean of Corresponding Studies Faculty of Urals State University of Economics. Tel: (343)-257-02-08, 251-96-75.

E-mail: dkarh@mail.ru

Маркетинг

УДК 339.1+658.1.009.12+658.8

ББК У0(2)–18

ГЕНЕЗИС КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ФИРМЫ¹

Е.Д. Вайсман

Работа посвящена проблеме эволюции теорий и концепций конкурентных преимуществ фирмы. Показано, что вектор их развития направлен в сторону увеличения интеллектуальной компоненты. Выдвинута гипотеза о динамичном характере показателя конкурентоспособности фирмы, что делает актуальной задачу разработки соответствующего метода его оценки.

Ключевые слова: фирма, конкурентоспособность, экономика, маркетинговый анализ, конкурентное преимущество, стратегия, доля рынка.

Стремление наращивать конкурентоспособность заставляет предприятия искать источники своих конкурентных преимуществ. Однако анализ практического опыта ряда российских компаний позволяет с сожалением констатировать, что во многих случаях в основе этого поиска лежит собственное, чаще всего интуитивное, представление руководства компании о том, что именно позволит их бизнесу приобрести отраслевое превосходство. При этом практически в любом случае – удачного или неудачного выбора – в силу дефицита временных и/или финансовых ресурсов не удается провести грамотный анализ его результата, спрогнозировать будущее развитие рыночной конъюнктуры и своевременно скорректировать выбранное решение.

Основная проблема заключается в том, что все вопросы повышения конкурентоспособности в последние годы руководителям предприятий приходилось решать «на ходу» – реструктуризировать устаревшие технологии и одновременно обеспечивать высокие темпы экономического развития.

Сегодняшний кризис дает возможность оценить правильность выбора, поскольку уже сейчас понятно, что выживут предприятия, сумевшие набрать некоторый запас прочности за счет использования верно выбранных и накопленных конкурентных преимуществ.

В связи с этим представляется интересным провести анализ эволюции современных теорий конкурентных преимуществ и отраслевого лидерства предприятий.

В 70-е годы XX века большую популярность приобрели модели распределения ресурсов и выбора стратегий развития для стратегических бизнес единиц (СБЕ) фирмы. Эти модели носили упрощенный, в большинстве случаев, качественный характер, что, с одной стороны, вызывало спра-

ведливую критику, а с другой, давало возможность их использования в условиях дефицита необходимой информации. Одна из наиболее известных таких моделей – разработанная Бостонской консалтинговой группой (БКГ) матрица «рост рынка/доля рынка», больше известная как матрица БКГ. Для разработки стратегии поведения на рынке СБЕ и распределения между ними ограниченных ресурсов руководству компаний предлагалось качественно оценить положение стратегических бизнес-единиц (в частном случае, отдельных продуктов) в координатах «темпа роста рынка – относительная (относительно доли самого опасного конкурента) доля рынка». В результате СБЕ компании распределяются по четырем квадрантам матрицы: «звезды», «дойные коровы», «вопросительные знаки», «изгоняемые собаки», для каждой из которых рекомендуются соответствующие стратегии поведения.

В основу этого подхода положен эффект опыта, поэтому по теории БКГ конкурентоспособными преимуществами на рынке всегда обладает крупное предприятие, имеющее большую долю рынка. Отсюда наибольшими конкурентными преимуществами обладают СБЕ (или группы товаров), попавшие в квадрант «Дойные коровы», имеющие наибольшую, по сравнению с конкурентами, долю рынка и постоянных клиентов, обеспечивающих устойчивость продаж. Именно эти объекты обеспечивают развитие остальных финансовыми ресурсами, отсюда и их название.

Сегодня в литературе появились предложения по построению модифицированной матрицы БКГ, в основе которой лежат уже не приблизительно, а, в достаточной степени точно рассчитанные показатели, таким образом, идея конкурентного преимущества крупных компаний сохраняется.

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке АВЦП «Развитие научного потенциала высшей школы (2009–2010 годы), проект 2.1.3/753».

Другой недостаток матрицы БКГ, вызвавший критику, – упрощенный подход к оценке ее параметров, поскольку каждая из координат имеет только два состояния: темп роста рынка – выше или ниже, относительная доля рынка – больше или меньше. Попыткой нивелировать этот недостаток явилась матрица Джeneral Электрик Мак Кинзи, в которой, в отличие от матрицы БКГ, уже не четыре, а шесть полей.

Но в любом случае, эти методы отражают ресурсный подход к источнику конкурентных преимуществ фирмы, согласно которому, вследствие неравномерности распределения ресурсов, конкурентными преимуществами обладает игрок рынка, обладающий каким-либо ресурсом в большей степени, чем остальные.

Приблизительно в этот же период времени Майкл Портер, широко известный и наиболее часто цитируемый сегодня специалист по теории конкуренции, предложил практически противоположную точку зрения на источник конкурентного преимущества [4]. В соответствии с его концепцией, успех в конкурентной борьбе определяется не масштабом компании, а наличием и правильностью выбора стратегии конкуренции. М. Портер считает, что для завоевания рыночного превосходства компании не обязательно быть крупной, поскольку верно выбранная стратегия конкурентной борьбы позволит и небольшому по размерам предприятию стать отраслевым лидером. Все множество стратегий конкуренции М. Портер сводит к трем основным: лидерство в издержках (по терминологии автора – конкурентное преимущество более низкого порядка), лидерство в дифференциации (конкурентное преимущество более высокого порядка) и фокусирование – на издержках или дифференциации. При этом предприятию необходимо сосредоточиться на одной из стратегий, в наибольшей степени адекватной условиям его внешней и внутренней среды.

Заметим, что Р. Фатхутдинов [6] провел анализ основных теоретических положений М. Портера, результаты которого позволили ему сделать вывод, что теория М. Портера не адаптирована к российским условиям и может быть использована только для сведения как американский опыт. Признавая в целом достаточную обоснованность полученных Р. Фатхутдиновым выводов, мы не можем согласиться с ними полностью. Так, в теории М. Портера предложены методы измерения сил конкуренции, использование которых в современных условиях нашей экономики не только возможно, но и актуально. Достаточно вспомнить примеры металлургической промышленности, когда «угрозы» (терминология М. Портера) поставщиков приводили к весьма негативным последствиям в деятельности многих металлургических заводов и заставляли их прибегать к интеграции и формировать вертикальные интегрированные структуры. Вполне прикладное значение, с нашей

точки зрения, имеют и стратегии завоевания конкурентного преимущества, предлагаемые М. Портером. В частности, минимизация затрат для большинства российских предприятий является сегодня первоочередной задачей.

Кризис стратегического планирования в 80-е годы привел к временному отказу от прежних теорий конкурентных преимуществ в пользу использования стратегий реструктуризации и реинжиниринга, направленных на совершенствование внутренней среды организации и повышение эффективности производственного процесса за счет совершенствования бизнес-процессов. Напомним, что реинжиниринг бизнес-процессов базируется на доктрине об организации и изменениях систем управления и производства, основанной, с одной стороны, на достижениях в области вычислительных и информационных технологий, а с другой – на системных изменениях свойств рынка, выраженных в индивидуализации предоставляемых потребителю товаров и услуг. Базовые концепции развития реинжиниринга заключаются в осознании несоответствия прежней модели хозяйственной деятельности изменившимся нестабильным внешним условиям бизнеса. Однако задача реинжиниринга состоит не столько в создании модели, отвечающей требованиям конкретного рынка, сколько в создании так называемой архитектуры бизнеса, способного эволюционно взаимодействовать с динамически изменяемыми свойствами рынка в целом.

Эти подходы получили название «сжатие» компаний, и увлечение ими продолжалось до середины 90-х годов.

В 1995 г. М. Треси и Ф. Вирсема [5], представители консалтинговой фирмы CSC Index, выступили с теорией, суть которой сводилась к поиску уникальной ценности предприятия и использованию этой ценности в качестве конкурентного преимущества. Уникальные ценности авторы предлагали искать в трех, по терминологии авторов, «ценностных дисциплинах»: совершенствование производственных процессов, совершенствование продукта, совершенствование процессов обслуживания клиентов. Выбор должен был быть максимально продуманным, иначе, утверждали авторы концепции, фирма потерпит крах. Эта теория, с одной стороны, напоминает типовые стратегии М. Портера, а с другой, ставшие уже классическими концепции маркетинга: совершенствование производства, совершенствование продукта, совершенствование быта, маркетинг и социально-этический маркетинг. Очевидно, ее развитие получило свое воплощение в предлагаемых рядом маркетологов типов позиционирования компании, согласно которым компания может позиционировать себя как самое дешевое (в результате совершенствования производственных процессов), самое качественное (в результате совершенствования продуктов), и самое «быстрое» предложение

(в результате совершенствования процессов обслуживания).

В середине 90-х годов XX века возникли теории, согласно которым завоевание конкурентных преимуществ за счет переориентации стратегий фирм с преимущественно силовой направленностью, предполагающей подавление конкурента, на создание собственных, трудно копируемых другими фирмами компетенций. В результате сформировались новые подходы, основанные на сочетании конкуренции и сотрудничества: теории предпринимательских экосистем и соконкуренции. Так, теорию предпринимательских экосистем в 1996 году развил Дж.Ф. Мур [12], профессор Гарвардского университета. Среду бизнеса он сравнил с живой природной средой – экологической системой, в которой имеют место не только борьба, но и эволюция, сотрудничество и взаимозависимость. Рост конкуренции ведет к необходимости тесного сотрудничества, отсюда появление так называемого «открытого» маркетинга и создание CRM-систем. Успех на рынке в условиях ужесточения конкуренции уже не может обеспечить стратегия, нацеленная на создание односторонних преимуществ, фирме необходимо поддерживать экосистему, сочетающую в себе факторы внешней среды, конкуренцию и эволюцию. Этот феномен Дж.Ф. Мур назвал «коэволюцией» и выделил четыре стадии жизненного цикла экосистемы. На первой при основании экосистемы компании необходимо найти рыночную нишу, с одной стороны, относительно свободную от конкурентов, а с другой, достаточную для роста. На второй стадии – расширения – экосистема укрепляется за счет создания партнерских отношений с поставщиками, дистрибьюторами, потребителями и другими участниками бизнеса. Третья стадия – борьба за лидерство в зрелой экосистеме, где наряду с партнерами присутствуют конкуренты. Здесь закономерен поиск конкурентных преимуществ в снижении издержек, реструктуризации и т. п., а в качестве главного рычага поддержания экосистемы выступают привлекательные для клиентов и партнеров инновации. Основой стратегии становятся тесные партнерские отношения, что облегчает доступ к ресурсам, определение наиболее привлекательных для потребителей продуктов и наиболее привлекательных для инвестирования направлений бизнеса. Наконец, четвертая стадия – кризис экосистемы из-за устаревания, столкновения с другой экосистемой или неблагоприятного изменения внешней среды. На этой стадии автор считает целесообразным принятие решений о трансформации экосистемы, но и в этом случае на основе партнерских отношений с участниками рыночных отношений. Любопытно, что, по мнению авторов, все эти усилия не вполне гарантируют успеха в конкурентной борьбе.

Свое развитие теория экосистем получила в трудах других авторов: Х. Фризевинкеля,

А.Ю. Юданова, А.М. Бранденбургера, Б.Дж. Неилбаффа.

Заметим, что, поскольку теория рыночной конкуренции родилась относительно недавно и устоявшейся и признанной во всем мире терминологии в этой научной дисциплине до сих пор не сформировано, почти каждый исследователь использует свою систему обозначений. При этом в экономической литературе очень часто используются термины биологии. Так, например, известный швейцарский эксперт Харальд Фризевинкель [9] ввел следующие обозначения типов фирм, само название которых уже характеризует их основное конкурентное преимущество: «могучие слоны», «неповоротливые бегемоты», «гордые львы», «серые мыши», «хитрые лисы», «быстрые ласточки».

А.Ю. Юданов в своей теории конкурентных стратегий [10] соединил классификацию Х. Фризевинкеля и терминологию российского биолога Л.Г. Раменского, который еще в 1935 г. разработал теорию типов конкурентной стратегии. В результате А.Ю. Юдановым предложено четыре типа стратегий для соответствующих четырех типов компаний: виолентов (действующих в сфере крупного, стандартного производства), пациентов (узко специализированных фирм), коммутантов (бизнес локального, местного масштаба), эксплерентов (фирм-новаторов). Свою модель А.Ю. Юданов представил в виде поля стратегии конкурентной борьбы

Еще одним подходом к поиску конкурентных преимуществ компании в установлении партнерских отношений с участникам рынка явилась теория А.М. Бранденбургера (Гарвардский университет) и Б.Дж. Неилбаффа (Йельский университет) [11], которую они назвали теорией «соконкуренции». В соответствии с этой теорией конкурентные преимущества могут быть получены компанией, действующей по формуле «сотрудничество плюс конкуренция», а использование этой формулы позволит получить выгоду одновременно нескольким участникам рыночных отношений, если им удастся найти метод определения наиболее оптимальных правил взаимодействия. Авторы предложили применить теорию игр, позволяющую, по их мнению, проводить гибкие комбинации: менять по выбору состав игроков, варьировать вносимые участниками бизнеса ценности, определять правила и тактику игры, ее масштабы и рамки.

Таким образом, конец XX века характеризуется бурным развитием теории конкурентных преимуществ и появлением революционных идей относительно развития сотрудничества в бизнесе как способа повышения конкурентоспособности. Но, несмотря на революционность новых идей, даже они касались поведения компаний на сложившихся рынках. Между тем, в начале нашего века появилась точка зрения, согласно которой победителем в конкурентной борьбе будет тот, кто сможет формировать рынки будущего и доминировать на них.

Первыми теорию создания рынков будущего предложили Г. Хэмел (Лондонская школа бизнеса) и К.К. Прахалад (Мичиганский университет) [7]. Они отметили, что крупные отраслевые компании с устойчивыми, казалось бы, конкурентными преимуществами, в конкурентной борьбе в ряде случаев оказываются побежденными компаниями, отстающими как по финансовым возможностям, так и по качеству продукции и эффективности производства. Эти компании строят свои стратегии не на сегодняшних, а на будущих рынках. Они не изучают, а формируют потребности покупателей на еще не существующие, а только создаваемые или планируемые к созданию продукты. И с этой точки зрения источниками конкурентных преимуществ являются не столько удачные инвестиции в привлекательные бизнесы, сколько умения менеджмента трансформировать рассредоточенные по отдельным бизнес-единицам технологии и производственные навыки в ключевые компетенции, формирующие потенциал быстрой адаптации бизнеса к изменяющимся рыночным условиям.

Г. Хэмел и К.К. Прахалад назвали это интеллектуальным лидерством, предложив рассматривать фирму не как портфель бизнес-единиц, а как портфель компетенций. Отказавшись от традиционного стратегического планирования, Г. Хэмел и К.К. Прахалад ввели термины «стратегические намерения» и «стратегическая архитектура», означающие прояснение контуров будущей отрасли по мере ее создания.

Важнейшим условием интеллектуального лидерства Г. Хэмел и К.К. Прахалад назвали умелое использование «базовых функциональностей продукта» и «ключевых компетенций». Первое понятие означает возможности развития и нового использования продукта, второе – знания и умения менеджеров и специалистов. Если какой-то конкретный товар не пользуется спросом, ключевые компетенции позволят выйти с другими предложениями. Г. Хэмел выделяет три типа ключевых компетенций: связанные с доступом к рынку, связанные с доверием со стороны потребителей и связанные с функциональностью.

На наш взгляд, концепции интеллектуального лидерства дали толчок к развитию теории управления знаниями. В связи с этим представляется целесообразным рассмотреть подходы к определению понятия «ключевая компетенция». В специальной литературе встречается достаточно широкий спектр выражений для ее определения: стратегические факторы, ключевые показатели успеха, ключевые (или критические) факторы успеха, ключевые факторы результативности, стержневые компетенции, жизненно важные точки и т. п. Можно привести ряд определений, используемых в зарубежной литературе, подтверждающих идентичность этих выражений:

– критические факторы успеха (Critical Success Factors – CSF) – это «ограниченное коли-

чество областей, в которых получение удовлетворительных результатов гарантирует успех в конкурентной борьбе» [13];

– базовые внутренние или внешние условия реализации стратегии фирмы (благоприятное отношение потребителей, конкурентные действия) или те способности или ресурсы (человеческие, финансовые и т. д.), которыми она должна овладеть [1, с. 256];

– стержневые компетенции – специальные технические и маркетинговые навыки и умения, позволяющие компании приобрести и сохранить устойчивые конкурентные преимущества [2, с. 112];

– ключевые компетенции – совокупность умений и технологий, которые позволяют компании обеспечивать своим потребителям какую-то конкретную выгоду [7].

Интересно отметить, что выделение ключевых компетенций в качестве конкурентного преимущества подверглось критике. Так, Г. Сталк, П. Эванс и З. Шульман считают, что компетенции – слишком узкий и «технический» фундамент для формирования такого преимущества [14]. Преимущества фирме дают не столько компетенции, сколько возможности, определяемые как «совокупность стратегически рассматриваемых бизнес-процессов» [1, с. 299].

Если по теории М.Портера конкурентоспособность фирмы заключена в «решающем звене» цепочки создания потребительских ценностей, то по теории Г. Хэмела и К.К. Прахалада конкурентоспособность создается в масштабе всей компании, когда весь ее персонал и, прежде всего, менеджеры высшего звена, единодушны в понимании целей и путей развития.

Очевидно, что наиболее сильная сторона этой концепции заключается в утверждении, что бизнес – это динамичное движение в будущее. Г. Хэмел и К.К. Прахалад заявили, что быть вторым или третьим в отрасли далеко не так выгодно, как считалось ранее. В качестве основного конкурентного преимущества, даже для небольших компаний, они выдвинули интеллектуальное первенство, позволяющее быстрее, по сравнению с конкурентами, создать инновацию. Проанализировав факторы успеха ряда ведущих компаний (Microsoft, Motorola, Honda, Wal-Mart и др.), Г. Хэмел и К.К. Прахалад представили доказательства того, насколько важно создавать рынки будущего и доминировать на них, не отвлекаясь на реструктуризацию и даже на реинжиниринг.

Новая книга Г. Хэмела [8] посвящена инновациям, но не в технологиях, продуктах или управлении. Речь идет о создании компаний XXI века. Развивая идеи, заложенные в предыдущей работе, Г. Хэмел провозгласил, что «эра прогресса», т. е. линейного эволюционного развития и непрерывных пошаговых изменений, закончилась вместе с XX веком, и ввел понятие «нелинейной» инновации. По его мнению, бизнес вошел в стадию рево-

люционных потрясений, когда фирмы, создающие рынки будущего, последовательно отберут у традиционных компаний их рынки и потребителей, лучших специалистов и, наконец, активы. Для выигрыша в будущей конкурентной борьбе необходимо преодолеть стереотипы мышления и отбросить практически все, что составляло основу традиционного менеджмента (пошаговые изменения, реструктуризацию, организационное обучение, кратковременные выигрыши за счет сокращения расходов и даже саму эффективность). Конкуренция – это уже не «продукт против продукта», «эффективность против неэффективности» и т. п., а «нелинейная» инновация против «линейной».

Заметим, что увлечение революционными технологиями (в свое время, интернет-компаниями, позже – компаниями, использующими нанотехнологии), в числе прочих причин способствовало формированию так называемых рыночных пузырей – искаженной, завышенной оценки акций таких компаний и, соответственно, развитию кризисов. Справедливости ради следует отметить, что, призывая к революционной новизне, Г. Хэмел, вместе с тем, не отрицает значения некоторых традиционных факторов конкурентоспособности.

Еще одна современная концепция конкурентоспособности базируется на электронной культуре. Наличие «цифровой», или «электронной», корпоративной культуры усиливает преимущества и возможности фирм, подчеркивает профессор Гарвардского университета Р.М. Кантер [3].

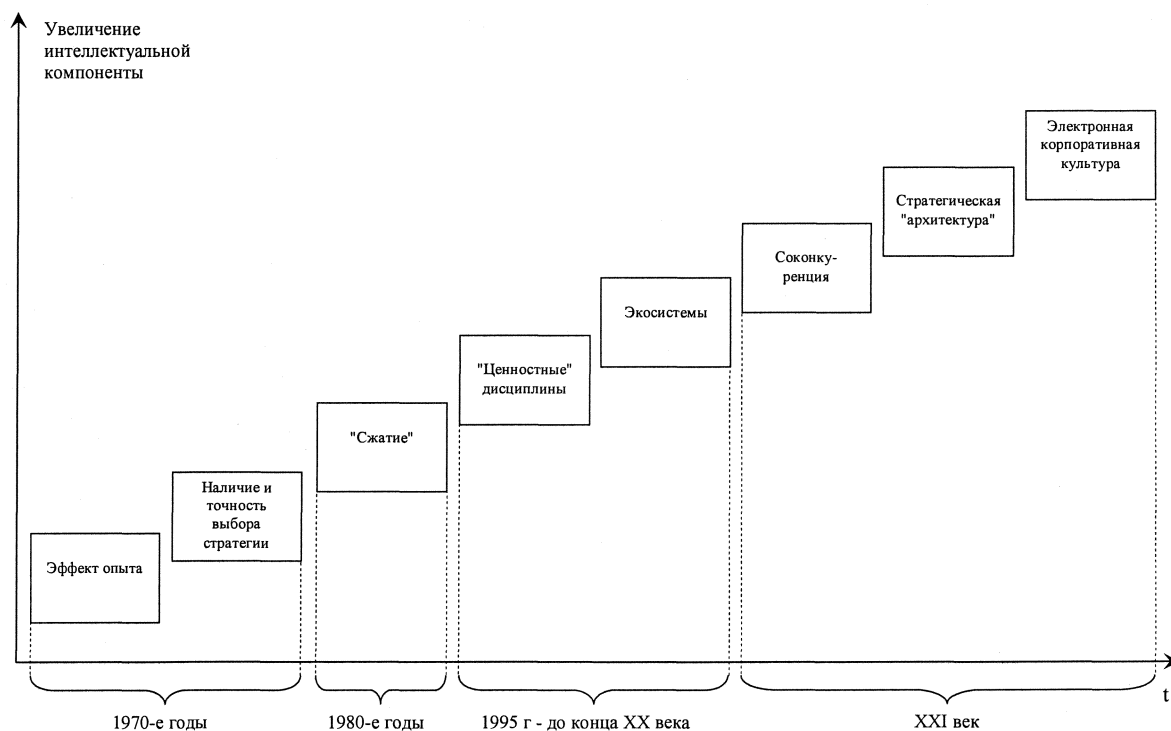
Электронная культура и дисциплинирует, и

открывает путь для творчества. Она дает возможность действовать с большей гибкостью, допущениями и даже ошибками, которые легко устранить в режиме реального времени, что особенно важно в условиях неопределенности. Сам способ существования электронной культуры – постоянные изменения. Она снижает сопротивление переменам и усиливает конструктивную сторону конфликтов, ослабляя деструктивную, раздвигает рамки и расширяет число агентов и участников перемен, изменяет правила построения рабочих команд и стиль командной работы.

Таким образом, как видно, за последние почти тридцать лет теории конкуренции активно развивались. Проведенный анализ их развития позволяет сделать, по крайней мере, три основных вывода.

Во-первых, вектор развития теории конкурентных преимуществ направлен в сторону увеличения интеллектуальной компоненты (см. рисунок). Иными словами, в конкурентной борьбе все большее значение приобретают инновационные, нестандартные решения. По данным Программы развития ООН, сегодня на планете физический капитал (накопленные материальные блага) составляют лишь 16 % общего достояния; природные богатства – 20 %; а накопленные вложения в человека или человеческий капитал – 61 %. Во многих развитых странах доля человеческого капитала достигает 80 %.

Во-вторых, поскольку развитие теории конкурентных преимуществ отражает развитие конкуренции и экономики мировой системы в целом, с



Эволюция теории конкурентных преимуществ

некоторой долей условности можно предположить, что генезис конкурентных преимуществ (от гр. Genesis – происхождение, возникновение, процесс образования и становления развивающегося явления) связан с фазами жизненного цикла экономики. Следовательно, сегодняшний кризис отражает переход экономических систем в стадию спада и его преодоление требует соответствующих стратегий конкуренции, направленных на снижение издержек, различных типов реструктуризации компаний. Однако сегодня эти стратегии должны опираться на уже накопленный опыт, прежде всего, инновационного поиска. В этой связи следует упомянуть все чаще обсуждаемый триггерный эффект (т. е. эффект резкого, даже скачкообразного изменения выходной величины при незначительном изменении входной) инновационного развития в условиях кризиса экономики.

В-третьих, анализ показал, что конкурентоспособность компании является не статическим, а динамическим показателем. Другими словами, одна и та же компания в каждый момент времени может иметь набор конкурентных преимуществ, полученных «вчера», имеющихся «сегодня» и обеспечивающих успех на рынке «завтра», либо только одну из составляющих этого набора. Следовательно, актуальной является задача формирования метода, позволяющего учесть все эти составляющие и таким образом оценить конкурентоспособность компании в динамике.

Литература

1. Дженестер, П. Анализ сильных и слабых сторон компании: определение стратегических возможностей: пер. с англ. / П. Дженестер, Д. Хасси. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 368 с.
2. Дойль, П. Маркетинг, ориентированный на стоимость: пер. с англ. / П. Дойль – СПб.: Питер, 2001. – 114 с.
3. Кантер, Р.М. Рубежи менеджмента: пер. с англ. / Р.М. Кантер. – М.: Олимп-бизнес, 1999. – 360 с.
4. Портер, М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 608 с.
5. Треси, М. Стратегия управления рынком / М. Треси, Ф. Вирсема. – М.: Вильямс, 2005.
6. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность организаций в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002.
7. Хамел, Г. Конкурируя за будущее / Г. Хамел, К.К. Прахалад. – М.: Олимп-бизнес, 2002. – 288 с.
8. Хамел, Г. Во главе революции / Г. Хамел // BestBusinessBooks. – 2007.
9. Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учебно-практическое пособие / А.Ю. Юданов. – М.: АкаЛиС, 1996.
10. Юданов, А.Ю. Теория конкуренции: прикладные аспекты / А.Ю. Юданов // МэиМО. – 1997. – № 6.
11. Brandenburger, A.M. Competitions / A.M. Brandenburger, V.M. Nalebuff. – N.Y.: Doubleday, 1996.
12. Moor, J.F. The Death of Competition / J.F. Moor. – N.Y.: Harper Business, 1996.
13. Rockart, John F., and James E. Short. The Networked Organization and the Management of Interdependence, in: Morton, Michael S. Scott (ed). The Corporation of the 1990s: Information Technology and Organizational Transformation. – N.Y.: Oxford University Press, 1991. – P. 189–219.
14. Stalk, G. Competing on Capabilities: the New Rules of Corporate Strategy / G. Stalk, P. Evans, L. Shulman. – Harvard Business Review, 1992.

Поступила в редакцию 25 июня 2009 г.

Вайсман Елена Давидовна. Кандидат экономических наук, профессор кафедры «Экономика и финансы» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – управление конкурентоспособностью предприятия. Контактный телефон: 89120837021.

Vaysman Elena Davidovna is Cand.Sc. (Economics), Professor of Economics and Finance Department of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: management of competitive capacity of enterprise. Tel: 89120837021.

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «МАРКЕТИНГ» КАК ТОВАР В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Е.Е. Лагутина, В.А. Леонгардт, В.А. Шапошников

Статья посвящена проблемам привлечения потребителей образовательных услуг. Рассмотрена одна из составляющих комплекса маркетинга вуза – услуга, на примере образовательной услуги «профессиональное образование по специальности «маркетинг», с позиций ее возможностей в формировании конкурентных преимуществ вуза.

Ключевые слова: комплекс маркетинга, образовательная услуга высшего профессионального образования по специальности «Маркетинг», основной продукт, процесс оказания основной услуги, дополнительные услуги.

В 2005 г. началась реформа бюджетного сектора и государственных учреждений РФ. Она стала продолжением реформирования федеративных отношений и местного самоуправления, бюджетного процесса, системы социальной защиты населения, федеральных органов исполнительной власти. И протекает совместно с налоговой, пенсионной, судебной и военной реформами. В рамках реформы бюджетного сектора и государственных учреждений в сфере образования осуществляется переход к нормативному подушевому финансированию, которое подразумевает возмещение расходов организации на оказание стандартизируемых услуг конкретным категориям потребителей по единым нормативам в расчете на одну душу обучающихся. Теперь объем финансирования образовательных учреждений будет напрямую зависеть от количества учащихся. А это значит, что перед любым образовательным учреждением встает проблема привлечения как можно большего числа потребителей. Данная ситуация усугубляется ухудшающейся демографической ситуацией, детей становится меньше. Какая должна быть образовательная услуга, каким образом удобнее довести ее до потребителя, как правильно представить ее, чтоб повысить спрос. Если раньше такая проблема вставала только при наборе студентов на коммерческой основе, то теперь это проблема для всего образовательного учреждения в целом. Каким образом можно это решить? Прежде всего, активно применяя маркетинг, который призывает организации в своей работе исходить из интересов потребителей. Именно у маркетинга есть набор инструментов, которые позволяют изучить потребности потребителей, создать товар или услугу, которая способна максимально ее удовлетворить и продвинуть на рынке. Ключевую роль здесь может играть концепция комплекса маркетинга (маркетинга-микс), под которым мы будем понимать «набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, и совокупность которых организация использует в стремлении вызвать желаемую

ответную реакцию со стороны целевого рынка» [3]. В наиболее часто употребляемой форме маркетинг-микс включает четыре элемента маркетинга. Это – товар, продукт, услуга; цена; каналы распределения; коммуникации. Каждый элемент представляет собой самостоятельный комплекс мероприятий, проведение которых формирует соответствующую политику в сфере маркетинга и тем самым способствует повышению привлекательности и спроса на образовательные услуги.

Мы рассмотрим одну из составляющих комплекса маркетинга вуза – услугу, на примере образовательной услуги «профессиональное образование по специальности «маркетинг», с позиций ее возможностей в формировании конкурентных преимуществ вуза. Предполагаемые возможности реализуются в процессе осуществления совокупности мероприятий по предложению таких образовательных услуг, которые удовлетворяют образовательную потребность человека.

В нашей стране научная школа в области маркетинга образования еще складывается, поэтому в литературе практически нет единого подхода в данной отрасли знания, нет и единого подхода к определению образовательной услуги. Мы считаем целесообразным применить подход К. Лавлока, занимающегося маркетингом услуг, к образовательным услугам.

Так, он отмечает, что при создании услуг сотрудники организации должны учитывать 3 компонента: основной продукт, процесс оказания основной услуги, группу дополнительных услуг, которые облегчают использование основного продукта, повышая его полезность и привлекательность [4]. Ведущий компонент – основной продукт, при определении которого необходимо ответить на вопрос: что в действительности приобретает потребитель, то есть, что в услуге удовлетворяет потребности и заставляет людей их приобретать. В случае рассматриваемой нами образовательной услуги мы имеем дело с несколькими разнородными сущностями, соотносимыми с шестью

факторами мотивации по системе ценностей Шета-Ньюмана-Гросса-Астратовой.

На наш взгляд, шесть факторов мотивации применительно к образовательной услуге по специальности «Маркетинг» имеют следующее содержание:

– функциональная ценность (образование развивает способности моделировать и реализовывать жизненные позиции, выбирать наиболее приемлемые варианты социального и духовного развития и самореализации личности, а также утвердиться в своих способностях и возможностях);

– ассоциативная ценность (определенный уровень образования гарантирует человеку определенный уровень дохода, место в социальной структуре общества, карьерное движение);

– эмоциональная ценность (эмоции, получаемые в процессе обучения, например, интересно учиться);

– познавательная ценность (программы образовательной подготовки включают и услуги, направленные на развитие умственных, психических и физических способностей человека);

– относительная ценность (идентификация себя с группой, с отдельными личностями, воплощающими идеальные представления потребителя);

– репрезентативная ценность (небольшой конкурс, возможность получить образование бесплатно).

Исследования, проведенные кафедрой «Менеджмент и маркетинг» Российского государственного профессионально-педагогического университета среди абитуриентов, поступающих на специальность «Маркетинг» в 2008 г. показали, что наибольшее влияние на выбор консумента оказывают функциональная (качественное образование), ассоциативная (расчет получать хорошую зарплату в будущем), эмоциональная (интересно учиться), репрезентативная (удобное местоположение вуза, приемлемая стоимость обучения) ценности. Иными словами, при разработке и продвижении образовательной услуги по специальности «Маркетинг» необходимо акцентировать внимание потребителя на: 1) основных характеристиках образовательной услуги; 2) преимуществах, которые появятся при получении данного образования; 3) эмоциях, связанных с покупкой и потреблением; 4) наличии и доступности данного образования.

Несмотря на разнообразие мотивов, сущность потребления продукта образовательной деятельности сводится к удовлетворению желания человека быть образованным в соответствии с личностными и общественными представлениями о необходимости и достаточности образования. Общественные представления в данной области закреплены в государственном образовательном стандарте, на основе которого разрабатываются образовательные программы, в т. ч. и по специальности «Маркетинг».

В связи с вышеизложенным, мы считаем, что **основной продукт** – это основная образовательная программа подготовки маркетолога, которая разрабатывается на основании государственного образовательного стандарта и включает в себя учебный план, программы учебных дисциплин, программы учебных и производственных практик. Основная образовательная программа подготовки маркетолога состоит из дисциплин федерального компонента, дисциплин национально-регионального (вузовского) компонента, дисциплин по выбору студента, а также факультативных дисциплин.

Второй компонент – процесс оказания основной услуги, показывает, каким образом основной продукт доставляется потребителю, а также определяет роль потребителя в этом процессе, степень эффективности и характер оказания данной услуги [4]. На наш взгляд, данные составляющие для образовательной услуги по специальности «маркетинг», как в прочем и для образовательных услуг в целом, будут следующие: формы обучения, график образовательного процесса (учебный план, расписание), квалификация профессорско-преподавательского состава, желание и способности студентов участвовать в образовательном процессе и использовать образовательные программы.

По формам обучения программы делятся на очные, очно-заочные, заочные, экстернат.

На основании государственного образовательного стандарта по специальности «Маркетинг» вузом разрабатывается рабочий учебный план, состоящий из дисциплин федерального компонента, национально-регионального и (вузовского) компонента, по выбору студента, а также факультативных дисциплин. На основании рабочего учебного плана составляется расписание учебных занятий.

Реализация основной образовательной программы подготовки маркетолога должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю подготовки специалиста и систематически занимающимися научной и/или научно-методической деятельностью по проблемам применения маркетинга в различных отраслях; преподаватели специальных дисциплин, как правило, должны иметь ученую степень и/или достаточный опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере [1].

Ведущая роль в предоставлении образовательной услуги принадлежит, несомненно, ее производителю. Причем нередки ситуации, когда именно производитель образовательной услуги значительно лучше ее потребителя может определить и придать услуге те признаки и качества, которые необходимы для потребления индивидуумом – и в этом одно из отличий маркетинга образовательных услуг от маркетинга других товаров и услуг. Педагог опирается при этом на изученные им особенности каждого ученика и по возможности предлагает услугу, учитывающую их.

Смысл участия обучаемого в процессе предоставления образовательной услуги заключается в его готовности к восприятию образовательных программ в конкретном содержании, форме, объеме. Практика педагогической деятельности неоспоримо подтверждает тот факт, что преподаватель увеличивает или уменьшает объем, усложняет или упрощает материал и способы его подачи в зависимости от того, как он воспринимается аудиторией. При этом необходимо учитывать, что минимальный объем содержания учебных дисциплин заложен в государственном стандарте.

Третий компонент представлен группой дополнительных услуг, которые сопровождают основной продукт, способствуя и облегчая его использование и повышая его полезность и привлекательность для потребителей [4]. Каждый из этих дополнительных элементов, в свою очередь, требует своей собственной системы предоставления их потребителям и заранее определенного уровня обслуживания. Дополнительные услуги, как правило, не являются причиной совершения сделки, но выступают в качестве дополнительного аргумента при выборе из ряда предложений.

В образовании к дополнительным услугам можно отнести множество элементов, в принципе не являющихся обязательной атрибутикой образовательной услуги, но зачастую весьма существенно влияющих на принятие покупательского решения.

Согласно ст. 8 Закона «О высшем и послевузовском образовании» [7] помимо образовательной деятельности вуз должен заниматься научными исследованиями, воспитательной работой, подготовкой, переподготовкой и повышением квалификации работников с высшим образованием и научно-педагогических работников высшей квалификации. Наряду с этим к задачам вуза также относится создание комфортных условий получения знаний и работы со студентами [2, 5, 6].

В случае образовательной услуги по специальности «маркетинг» дополнительными услугами могут выступать:

- услуги (в виде различных курсов) по подготовке к вступительным экзаменам, которые оказывают до поступления в вуз, работа приемной комиссии;

- услуги по поддержанию на высоком уровне процесса обучения, здоровья и быта студентов (научная деятельность, воспитательная работа, методическое обеспечение учебного процесса, международная деятельность вуза, библиотечное, медицинское обслуживание, спортивные и культурные мероприятия, услуги столовой, общепития, обеспечения безопасности, информационные услуги по трудоустройству студентов, механизм предъявления счета за предоставление платных услуг и процесс проведения платежей и т. д.). Эти услуги оказываются в процессе обучения;

- услуги вуза по предоставлению образовательных программ повышения квалификации, консультативное обслуживание, в том числе на абонементной основе. Эти услуги оказываются после окончания обучения в вузе по данной специальности.

Согласно модели П. Эглера и Э. Лангара [8] дополнительные услуги можно разделить на две группы: дополнительные услуги, облегчающие использование основных элементов продукта, и дополнительные услуги, усиливающие привлекательность продукта. Данные виды услуг применительно к образовательной услуге по специальности «Маркетинг» представлены в таблице.

Виды дополнительных услуг по отношению к образовательной услуге по специальности «Маркетинг» в авторской трактовке

| | |
|--|--|
| Дополнительные услуги, облегчающие использование образовательной услуги по специальности «Маркетинг» | Дополнительные услуги, усиливающие привлекательность образовательной услуги по специальности «Маркетинг» |
| Научные исследования | Услуги общежитий |
| Воспитательная работа | Услуги столовой |
| Учебно-методическое обеспечение образовательного процесса | Медицинское обслуживание |
| Информационные услуги | Организация и проведение досуга |
| Услуги приемной комиссии | Услуги по обеспечению безопасности |
| Услуги библиотеки | Интеграция с другими образовательными учреждениями (в т. ч. международное сотрудничество) |
| Предъявление счета за обучение | Консультационные услуги и повышение квалификации после окончания вуза |
| Оплата счета за обучение | |

Резюмируя вышеизложенное, мы считаем, что образовательная услуга высшего профессионального образования по специальности «Маркетинг» – это совокупность образовательной программы, процесса ее предоставления, комплекса дополнительных услуг, которые способствуют и облегчают процесс обучения, направленная на удовлетворение личных познавательных потребностей и спроса на специалистов. Для того, чтобы услуга была интересна потребителю, необходимо обращать внимание на содержание всех трех компонентов: основной продукт, процесс оказания

основной услуги, группа дополнительных услуг, которые облегчают использование основного продукта, повышая его полезность и привлекательность.

Изучение специфики продукта образовательной деятельности – образовательной услуги с позиций их рыночного положения необходимо в определении особенностей этого рынка, в определении тенденций его развития. То, что рынок образовательных услуг должен и будет развиваться, нет сомнений: не может быть нерыночной отрасль, создающая объективные предпосылки его развития. Нормативное подушевое финансирование и Закон «Об образовании», провозгласивший право учебных заведений на ведение самостоятельной финансово-хозяйственной деятельности, создают объективные предпосылки для эффективного перехода к рыночным отношениям в образовании, внедрения маркетинговой ориентации в управление образовательными учреждениями.

Раскрытие сущности образовательной услуги «Профессиональное образование по специальности «Маркетинг»» позволяет вузам определиться, на что акцентировать внимание потенциальных потребителей:

- 1) основные характеристики образовательной услуги;
- 2) преимущества, которые появятся при получении данного образования,
- 3) эмоции, связанные с покупкой и потреблением,
- 4) наличие и доступность данного образования,

5) наличием дополнительных услуг, повышающих привлекательность при выборе из ряда предложений.

Литература

1. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по специальности 061500 Маркетинг. – URL: <http://www.edu.ru/>
2. Егоришин, А.П. Стратегия развития образования в XXI веке: научный доклад / А.П. Егоришин. – Н. Новгород: НИМБ, 2000.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: пер. с англ. / Ф. Котлер. – М. Издательский дом «Вильямс», 2005.
4. Лавлок, К. Маркетинг услуг / К. Лавлок. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.
5. Панкрухин, А.П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании: учебное пособие / А.П. Панкрухин. – М.: Интерпакс, 1995.
6. Сагинова, О.В. Маркетинг образовательных услуг / О.В. Сагинова // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. – № 1.
7. Федеральный закон «О высшем и послевузовском образовании» № 125-ФЗ от 22 августа 1996.
8. Pierre Eigler, Erik Langeard, «Services as Systems: Marketing Implications», in P. Eigler, E. Langeard, C.H. Lovelock, J.E.G. Bateson, R.F. Young (ed.), *Marketing Consumer Services: New Insights* (Cambridge, MA: Marketing Science Institute, 1977).

Поступила в редакцию 30 апреля 2009 г.

Лагутина Евгения Евгеньевна. Аспирант, старший преподаватель кафедры теории и практики управления организацией Уральского государственного педагогического университета, г. Екатеринбург. Область научных интересов – комплекс маркетинга образовательных услуг. Контактный телефон 8-904-540-33-22. E-mail: f10786@olympus.ru

Lagutina Evgeniya Evgenievna is a post-graduate student, senior lecturer of the Theory and Practice of Enterprise Management Faculty of Ural State Pedagogical University, Yekaterinburg. Research interests: marketing mix of education services. Tel: 8-904-540-33-22. E-mail: f10786@olympus.ru

Леонгардт Валерия Анатольевна. Аспирант, старший преподаватель кафедры теории и практики управления организацией Уральского государственного педагогического университета, г. Екатеринбург. Область научных интересов – маркетинг образовательных услуг. Контактный телефон 8-912-247-38-91

Leongardt Valeriya Anatolievna is post-graduate student, lecturer of the Theory and Practice of Enterprise Management Faculty of Ural State Pedagogical University, Yekaterinburg. Research interests: marketing of education services. Tel: 8-912-247-38-91.

Шапошников Владислав Александрович. Кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Института экономики и управления Российского государственного профессионально-педагогического университета, г. Екатеринбург. Область научных интересов – развитие рынка интеллектуальных услуг, методология маркетинговых исследований. Контактный телефон 8-905-801-25-13.

Shaposhnikov Vladislav Aleksandrovich is Cand.Sc. (Economics), senior lecturer of the Management and Marketing Department of Institute of Economy and Management of Russian State Vocational Pedagogical University, Yekaterinburg. Research interests: development of the intellectual services market, methodology of marketing research. Tel: 8-905-801-25-13.

ОЦЕНКА ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ г. ЧЕЛЯБИНСКА¹

В.М. Каточков, А.Б. Левина

Статья посвящена вопросам логистической интеграции розничных торговых предприятий. Автором выявлены особенности развития сетевой и несетевой торговли, уточнено понятие логистической интеграции в розничной торговле, приведена классификация по масштабу, видам и формам логистической интеграции. По результатам исследований дана оценка интеграции на принципах логистики предприятий торговли г. Челябинска.

Ключевые слова: логистика, логистическая интеграция, классификация логистической интеграции.

Интеграция на принципах логистики в розничной торговле впервые начала осуществляться в начале 70-х годов XX столетия в виде создания торгов, объединений, корпораций. Однако, вопросы логистической интеграции и ее эффективности в сфере розничной торговли не нашли достаточного отражения в научной литературе. В розничной торговле интеграция началась значительно позже, чем в других отраслях и сферах народного хозяйства.

Основателями учения об интеграции были немецкие ученые Х. Кельзен, Д. Шиндлер, Р. Шмед.

Большой вклад в развитие теории и практики логистической интеграции внесли такие ученые, как В.В. Дыбская, Е.И. Зайцев, В.И. Сергеев, А.Н. Стерлигова, Б.А. Аникин, В.В. Плотников и другие.

Возрастающая конкуренция на российском рынке заставляет торговые предприятия использовать различные методы для сохранения прибыльности компании за счет сокращения логистических издержек. Основным направлением по снижению логистических издержек в розничной торговле является интеграция розничных торговых предприятий на принципах логистики, позволяющая организовать товарные потоки оптимальным образом.

Интеграционные процессы в розничной торговле обусловлены, с одной стороны, низкой конкурентоспособностью большинства магазинов, которые не обладают достаточной концентрацией капитала для собственного развития, и с другой стороны, необходимостью повышения качества функционирования самих торговых предприятий. Автор полагает, что развитию интеграционных процессов способствуют:

1) понимание логистики как инструмента в

создании и реализации конкурентных преимуществ предприятия;

2) перспективы и тенденции по развитию новых организационных форм – логистических сетей;

3) развитие информационных технологий, позволяющих осуществлять эффективное управление всеми сферами производственно-коммерческой деятельности.

Не каждый процесс интеграции имеет логистическую основу. В.В. Плотников дает следующее определение логистической интеграции: логистическая интеграция – это процесс объединения деятельности различных предприятий с целью повышения эффективности их совместного функционирования за счет оптимизации на основе использования свойств логистики в рамках их совместной работы параметров реализации функциональных потоковых процессов [1].

Только логистическая интеграция позволяет оптимизировать взаимоотношения хозяйствующих субъектов, в результате чего повышается эффективность функционирования каждого отдельного торгового предприятия и интегрированной системы в целом.

Собственное исследование развития интеграционных процессов в розничной торговле позволяет дать авторское определение *логистической интеграции*, под которой понимаем добровольное объединение двух или более экономических субъектов путем объединения отдельной или ряда логистических функций, концентрации всех видов ресурсов, объемов продаж товаров, прибыли с целью повышения их конкурентоспособности.

Определяя логистическую интеграцию в роз-

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Гранта Министерства образования и науки Российской Федерации по программе «Развитие научного потенциала высшей школы».

ничной торговле, на наш взгляд, необходимым является выделение классификационных признаков логистической интеграции по масштабам, по видам, по форме для выбора наиболее эффективного направления развития розничной торговли и достижения целей логистики, выявления значительных резервов оптимизации деятельности в сфере товародвижения.

Основные формы интеграции в розничной торговле представлены на рис. 1.

В данной работе рассматриваются предприятия розничной торговли, для которых наиболее

оптимальной формой логистической интеграции является горизонтальная, поскольку она предполагает объединение идентичных магазинов для совместного выполнения логистических функций. Автором предложено следующее определение горизонтальной логистической интеграции как одной из наиболее перспективных для предприятий розничной торговли. *Горизонтальная логистическая интеграция* – осуществляемое на взаимовыгодной основе добровольное объединение усилий нескольких независимых розничных торговых предприятий для совместного более эффективного



Рис. 1. Авторская классификация логистической интеграции в розничной торговле

выполнения одной или нескольких логистических функций и направленное на оптимизацию логистических издержек.

Изучение классификационных признаков логистической интеграции позволило выявить необходимость введения в научный оборот понятия *логистически интегрированной структуры*, под которой автор понимает объединение нескольких торговых предприятий путем создания корпоративной, добровольной или франчайзинговой сети на принципах логистики с целью оптимизации потоковых процессов.

Таким образом, интеграционные процессы на принципах логистики открывают значительные резервы оптимизации деятельности розничных торговых предприятий.

Степень развития логистически интегрированных торговых структур на территории города определяют такие показатели как: доля сетевых предприятий в общей численности предприятий торговли, концентрация сетевой торговли, показатели товарооборота. Рост розничного товарооборота в целом и на душу населения характеризует общий и среднедушевой эффект от интеграционных процессов в розничной торговле на принципах логистики.

Рассмотрим состояние сетевой торговли в целом по России и по г. Челябинску, в частности, с точки зрения развития интеграционных процессов на принципах логистики.

В настоящее время в городе Челябинске состояние розничной торговли как отрасли определяют розничные торговые сети различной специализации, включая 16 сетевых структур, реализующих продовольственные товары – около 300 магазинов и более 20 сетевых структур, реализующих непродовольственные товары и насчитывающих 109 магазинов.

Наиболее развита сетевая торговля в Санкт-Петербурге, где степень проникновения сетевой торговли составляет более 50 %, по России в целом – 20 %. Если сравнить уровень концентрации сетевой торговли в России с другими странами, можно констатировать, что в стране он достаточно низкий (табл. 1).

Таблица 1
Уровень концентрации торговых сетей в странах Европы [2]

| Страна | Доля рынка розничных торговых сетей, % |
|----------------|--|
| Франция | 88 |
| Великобритания | 76 |
| Германия | 70 |
| Испания | 37 |
| Чехия | 27 |
| Польша | 17 |
| Россия | 7 |

Российский рынок розничной торговли сильно фрагментирован: 11 крупнейших (по объемам

выручки) розничных сетей контролируют лишь 15 % рынка, тогда как в США 80 % рынка принадлежит 10 крупнейшим сетям. Международные сети открывают магазины в разных странах. Так, сеть Aldi (Германия), известная работой по системе скидок, обозначила процессы интернационализации в 1967 году, за ней последовали Metro (Германия) и Carrefour (Франция) – 1971 и 1973 гг. соответственно, а затем американская WalMart.

В настоящее время в России представлены только 6 крупнейших международных компаний розничной торговли: голландская Spar, немецкие АВА и Metro, шведская ИКЕА, французская Auchan и др. В табл. 2 показано присутствие международных торговых сетей на рынках некоторых стран [2].

На российский рынок до настоящего времени не вышли ведущие мировые торговые компании по продаже продуктов питания (WalMart, Carrefour или Tesco), что делает его более привлекательным для международных торговых сетей и повышает вероятность слияния российских торговых сетей и крупных зарубежных ритейлеров.

Оборот розничной торговли по торговым сетям представлен в табл. 3 [3].

Под влиянием экономического кризиса российская сетевая розница в 2008 г. продемонстрировала значительное снижение темпов прироста впервые с 2004 г. По данным исследования Департамента консалтинга РБК «Розничные торговые сети по продаже продуктов питания (FMCG) в России», оборот торговых сетей в долларовом выражении вырос всего на 18,1 % по сравнению с 2007 г. Для сравнения, в 2007 г. продуктовый ритейл показал прирост оборота на 42 %. В 2009 г. тенденция снижения оборота сетевой продовольственной розницы продолжилась.

По мнению аналитиков рынка, в 2010–2011 гг. ожидается выход международных торговых сетей на рынок РФ, поскольку стоимость активов российских компаний снизилась и выгодно приобретать их именно сейчас. Снизилась и стоимость строительства, что также выгодно для иностранных сетей [5].

Лидерами по критерию «выручка» среди ведущих торговых сетей являются следующие ритейлеры: «X5 Retail Group N.V» («Пятерочка» и «Перекресток») – более 5,2 млрд долл.; «METRO Кэш энд Керри» («Metro C&C») – более 4,6 млрд долл.; «Тандер» («Магнит») – более 3,6 млрд долл.; «Ашан-Россия» («Auchan») – более 3,2 млрд долл. Прирост выручки компаний обусловлен реализацией масштабных инвестиционных программ и заключением сделок слияния и поглощения.

Считаем возможным выделить пять этапов, характеризующих развитие сетевой розничной торговли в России (табл. 4).

Таким образом, можно констатировать, что рынок сетевой розничной торговли вступил в стадию зрелости, что означает прекращение периода бурного роста, усиление конкуренции и укрупнение рынка за счет поглощения мелких и средних

Таблица 2

Присутствие международных торговых сетей на рынках некоторых стран

| Торговая сеть | Болгария | Китай | Чехия | Венгрия | Юж. Корея | Польша | Румыния | Россия | Сингапур | Словакия | Словения | Тайвань | Тайланд | Турция | Итого |
|---------------|----------|-------|-------|---------|-----------|--------|---------|--------|----------|----------|----------|---------|---------|--------|-------|
| Ahold | | | | | | | | | | | | | | | 3 |
| Auchan | | | | | | | | | | | | | | | 5 |
| Ava | | | | | | | | | | | | | | | 1 |
| Carrefour | | | | | | | | | | | | | | | 10 |
| Lidl&Schwarz | | | | | | | | | | | | | | | 4 |
| Metro | | | | | | | | | | | | | | | 9 |
| Migros Turk | | | | | | | | | | | | | | | 3 |
| Rewe | | | | | | | | | | | | | | | 7 |
| Spar | | | | | | | | | | | | | | | 7 |
| Tesco | | | | | | | | | | | | | | | 9 |
| Wal-Mart | | | | | | | | | | | | | | | 2 |
| Всего | 3 | 6 | 7 | 6 | 3 | 8 | 3 | 6 | 2 | 6 | 1 | 3 | 2 | 4 | |

Таблица 3

Оборот розничной торговли по крупнейшим торговым сетям в 2008

| Область | Оборот сетевой розничной торговли, млн рублей | В % к обороту розничной торговли |
|-----------------------------|---|----------------------------------|
| Уральский федеральный округ | 114 893,1 | 17,3 |
| в т. ч. Курганская область | 4 348,1 | 17,2 |
| Свердловская область | 52 724,0 | 26,2 |
| Тюменская область | 8 657,3 | 2,8 |
| Челябинская область | 49 163,7 | 39,8 |
| г. Москва* | 417 324,0 | 25,9 |
| г. Санкт-Петербург* | 243 976,7 | 51,4 |

* Показатели приведены по городам, имеющим наибольшую концентрацию торговых сетей.

Таблица 4

Этапы развития сетевой торговли

| Этап развития | Тенденция развития российской экономики | Тенденции развития российского продуктового ритейла |
|-----------------------------|--|---|
| Первый этап (1994–1998 гг.) | Спад промышленного производства. Падение уровня жизни населения. Сокращение оборота розничной торговли. Появление небольшой прослойки среднего класса | Появление и активное развитие продовольственных рынков во всех регионах России. Появление первых российских компаний, с которых начинается развитие сетевой торговли. Первый формат сетевой торговли – дорогие супермаркеты. Появление первого иностранного игрока – на российский рынок выходит сеть «Рамстор». Сетевая торговля не оказывает влияния на поставщиков и производителей, доля сетевой торговли – менее 1 %. <i>Развитие логистики:</i> <i>Логистика охватывает хранение и транспортировку товаров. Цель – сократить затраты на содержание товарных запасов.</i> <i>Горизонтальная и вертикальная логистическая интеграция</i> |

| Этап развития | Тенденция развития российской экономики | Тенденции развития российского продуктового ритейла |
|--|--|---|
| Второй этап (1998–2000 гг.) | Финансовый кризис 1998 года. Девальвация рубля. Резкое сокращение импорта продуктов питания, рост внутреннего производства. Резкое сокращение доходов появляющегося среднего класса. | Начинается освоение торгового формата «дискаунтер» («Копейка», «Пятерочка», «Дикси», «Магнит»), рассчитанного на население со средним уровнем дохода и ниже среднего. Существующие сети пересматривают свою политику в сторону снижения торговой наценки и начинают расширять ассортимент товаров отечественных производителей, которые стали активно наращивать свои мощности после дефолта. Ведущие сетевые компании начинают строить свой бизнес на принципиально новых для них технологиях, развиваясь в определенных торговых форматах. <i>Развитие логистики:</i> <i>Развитие горизонтальной логистической интеграции.</i> <i>Диверсификация капитала.</i> <i>Централизованная обработка заказов и обслуживание потребителей</i> |
| Третий этап (2000–2005 гг.) | Восстановление экономики после кризиса 1998 года. Рост доходов населения. Резкий рост внутреннего производства. Рост иностранных инвестиций в российскую экономику | Активизация западных компаний на российском рынке. Серьезные конфликты ритейлеров с поставщиками и производителями, в результате правила на рынке начинают определять именно сети, а не производители. Завершение формирования основных форматов российской торговли, появление мультиформатных сетей. Активизация региональной экспансии крупных ритейлеров. Начинают формироваться федеральные игроки отрасли. <i>Развитие логистики:</i> <i>Развитие вертикальной, горизонтальной и смешанной логистической интеграции, формирование добровольных цепей.</i> <i>Прогнозирование сбыта (продаж) на основе систем учета реализации в режиме реального времени</i> |
| Четвертый этап (2005–2008 гг.) | Полное преодоление последствий финансового кризиса 1998 г. Устойчивый рост экономики и оборота розничной торговли и доходов населения. Увеличение доли розничной торговли в ВВП. Рост внутреннего производства. Увеличение прозрачности розничного рынка | Активное привлечение внешнего финансирования: облигационных займов, банковских кредитов, привлечение инвестиционных фондов в качестве финансовых инвесторов. Активное региональное развитие как больших, так и средних сетей, выход в отдельные регионы. Мультиформатная стратегия ведущих игроков рынка. Рост торговых площадей за счет строительства торговых и торговоразвлекательных центров. Серьезное обострение конкуренции на розничном рынке. <i>Развитие логистики:</i> <i>Активное участие в процессе совершенствования цепей поставок.</i> <i>Высокие компетенции в области IT-поддержки.</i> <i>Наличие решений для глобальных цепей поставок.</i> <i>Ведущая роль в интеграции сетей поставок.</i> <i>Обеспечение возможности региональной экспансии.</i> <i>Усиление контроля розничных торговых предприятий в цепочке поставок</i> |
| Пятый этап (2008 – по настоящее время) | Финансовый кризис 2008 года. Спад промышленного производства. Падение роста объемов розничной торговли. Повышение роли логистики | Быстрый рост числа торговых точек и объемов товарных потоков в сетях ведущих розничных операторов в связи с их укрупнением в процессе консолидации рынка. Низкий уровень развития транспортной и складской инфраструктуры во вновь осваиваемых районах (Сибирь), затрудняющий логистическое обеспечение торговых точек на данных территориях. Необходимость снижения внутренних издержек в условиях обострения конкуренции между сетевыми операторами на региональных рынках и роста затрат на развитие сетей. <i>Развитие логистики:</i> <i>Внедрение интегрированной логистической системы, охватывающей весь процесс товародвижения.</i> <i>Развития транспортно-логистической структуры.</i> <i>Согласованное планирование развития территории</i> |

предприятий либо усиление конкуренции за счет образования новых логистически интегрированных структур.

В современных условиях стратегия торговых сетей включает в себя следующие аспекты: активизация сделок слияний и поглощений, оптимизация ассортимента, концентрация внимания на снижении издержек, оптимизация логистики, совершенствование технологий, повышение лояльности существующих покупателей за счет внедрения соответствующих программ, развитие франчайзинга, специализация на определенных нишах, диверсификация бизнеса. Сетевые структуры показывают более высокую эффективность в силу преимуществ сетевой организации: единая закупочная политика обеспечивает экономию на масштабах, собственные распределительные центры частично вытесняют посредников, современное программное обеспечение улучшает системы учета товарных и финансовых потоков.

Рассмотрим перечень наиболее крупных производственных сетей в Челябинске по состоянию на 01.01.2009 г., где представлены сети международного, федерального, регионального и местного масштаба (табл. 5).

В г. Челябинске среди крупнейших сетей первое место занимают федеральные сети – их насчитывается 4, второе – местные сети – 3, затем региональные – 2 и одна международная сеть.

По данным табл. 5 делаем вывод о том, что местные торговые сети достаточно хорошо развиваются. В качестве примера можно привести центр торговли «Молния», который занимает устойчивое положение на рынке розничной торговли Челябинска в формате «супермаркет». Однако, как отмечают эксперты ИА «INFOLine» [5], в Челябинске сложилась уникальная ситуация – в 2008 году доля сетевой торговли оказалась ниже, чем по области в целом. В 2008 году данный показатель по городу составил 20,9 %, по сравнению с 2007 годом произошло снижение доли сетей на 6,7 %. Снижение доли сетевой торговли в Челябинске произошло в связи с массовыми закрытиями сетевых магазинов в регионе, таких как объекты сети «Гроссарт» (Австрия), «Незабудка» (Челябинск), «Полушка» (Уфа) и «Смак» (Москва).

На фоне интенсивного развития сетевой торговли необходимо отметить тот факт, что российская торговля монополизирована и работает в интересах не только российских, но и иностранных производителей за счет действий транснациональных торговых сетей (табл. 6).

Практика деятельности торговых сетей показала, что в небольших городах сети уничтожают конкурентов в лице мелкорозничной торговли. В США законодательно запрещены сетевые торговые структуры в малых городах с населением менее 40 тыс. человек. В Европейских странах законодательством предусмотрено регулирование антимонопольных вопросов, процедуры слияний и

поглощений, время работы сетевых магазинов. Во многих странах они не работают по вечерам и выходным дням. В 2008 году Европарламент принял специальное постановление, рекомендующее внести в законодательство дополнительные «административные барьеры» для сетевой торговли [6]. Торговые сети фактически стали монополистами и по отношению к покупателям, и по отношению к производителям. По материалам Управления контроля социальной сферы и торговли ФАС России выплаты поставщиков в пользу торговых сетей в процентах в объеме поставки в первом полугодии 2008 г. по группам товаров приведены в табл. 7.

Таким образом, в договорах поставки закладываются дискриминационные условия доступа независимых товаропроизводителей к торговым сетям.

Проект федерального закона «Об основах государственного регулирования и развития торговой деятельности в Российской Федерации» вводит нормы регулирования сетевой торговли, ограничения по нерегулируемой экспансии торговых сетей, по их слияниям и поглощениям, антимонопольным порогам (в том числе, об ограничении премий (скидок), которые поставщики выплачивают торговцам за реализацию (приобретение) определенного количества товара до 10 % для отечественных товаров, а также ограничить присутствие каждого ритейлера на рынке долей 25 %.

Проанализируем структуру розничной торговли в России с точки зрения соотношения доли рынков, предприятий сетевой торговли и независимых торговых предприятий (рис. 2).

Как видно из данных рис. 2, большую часть российского продуктового рынка в 2009 году занимали независимые торговые предприятия, на них приходилось порядка двух третей рынка (65,2 %), розничные торговые сети занимали 21,5 %, а доля рынков составляла 13,3 % [7].

Сетевая торговля имеет множество преимуществ как для собственников, так и для покупателей. В сетевой торговле ассортимент насчитывает до 35 000 ассортиментных позиций, цены в среднем на 5–10 % ниже, чем в несетевых магазинах. По результатам проведенного информационным агентством «InfoLine» исследования [5] по состоянию на 2008 год из 223 российских торговых сетей 120 имеют собственные логистические инфраструктуры, способные обеспечить минимизацию логистических затрат, что отражается на уровне цен, наличии скидок и на организации торговли в целом. Это, в свою очередь, является неоспоримым преимуществом торговых сетей, поскольку независимые магазины не имеют подобных возможностей. По результатам проведенного опроса населения было выявлено, что 90 % покупателей хотели бы приобретать все товары в одном месте. Такую возможность может предоставить только крупный супер- или гипермаркет.

Для сетевой торговли характерны также следующие черты:

Таблица 5

Продовольственные сети в Челябинске на 01.01.2009 [4]

| Название сети | Совокупная торговая площадь точек в Челябинске | Структура сети по форматам в Челябинске | | | Масштаб сети | Месторасположение головного офиса | Год начала работы |
|-----------------|--|---|-----------------------|----------------------------------|---------------|-----------------------------------|-------------------|
| | | Формат | Кол-во магазинов, ед. | Торговая площадь, м ² | | | |
| Молния | 25 952 | Гипермаркет | 2 | 9 780 | Региональная | Челябинск | 1998 |
| | | Супермаркет | 6 | 13 820 | | | |
| | | Магазин у дома | 5 | 2 352 | | | |
| Пятерочка | 13 626 | Дискаунтер | 36 | 13 626 | Федеральная | Санкт-Петербург | 2002 |
| Дикси | 10 526 | Супермаркет | 30 | 10 536 | Федеральная | Москва | 2002 |
| Теорема | 9 250 | Гипермаркет | 2 | 9 250 | Местная | Челябинск | 2000 |
| Наш гипермаркет | 6 092 | Гипермаркет | 1 | 6 092 | Федеральная | Москва | 2007 |
| Проспект | 4 472 | Супермаркет | 6 | 4 472 | Местная | Челябинск | 2006 |
| Монетка | 3 674 | Гипермаркет | 1 | 3 244 | Региональная | Екатеринбург | 2005 |
| | | Дискаунтер | 1 | 430 | | | |
| Патэрсон | 3 000 | Супермаркет | 3 | 3 000 | Международная | Москва | 2004 |
| Магнит | 2 000 | Магазин у дома | 8 | 2 000 | Федеральная | Краснодар | 2005 |
| Мир еды | 1 670 | Супермаркет | 3 | 1 670 | Местная | Челябинск | 1998 |
| Итого: | 83 284 | | 104 | 80 272 | | | |

Таблица 6

Происхождение торговых сетей

| Торговая марка | Компания-владелец | Страна происхождения |
|----------------|----------------------|----------------------|
| Рамстор | Епка | Турция |
| Лента | Lenta | Виргинские острова |
| О'кей | О'кей групп, Доринда | Люксембург |
| Пятерочка | X5Retail Group N.V. | Нидерланды |
| Перекресток | | |
| Карусель | | |
| Метро | Metro Group AG | Германия |
| Дикси | Dixy Holding Ltd | Кипр |

Таблица 7

Выплаты поставщиков в пользу торговых сетей, I полугодие 2008 г.

| Розничная торговая сеть | Вид поставляемой продукции | Выплаты поставщиков в пользу торговых сетей, % в объеме поставки |
|-------------------------|----------------------------|--|
| Дикси | Хлебобулочные изделия | 22,0 |
| Пятерочка | Хлебобулочные изделия | 27,0 |
| | Мясо, колбасы | 57,5 |
| | Молоко | 12,0 |
| | Рыба | 16,8 |
| Лента | Рыба | 18,2 |
| | Бакалея | 40,4 |
| | Соки, напитки | 30,3 |
| Карусель | Мясо, колбасы | 17,9 |
| | Молоко | 16,0 |
| | Соки, напитки | 22,0 |

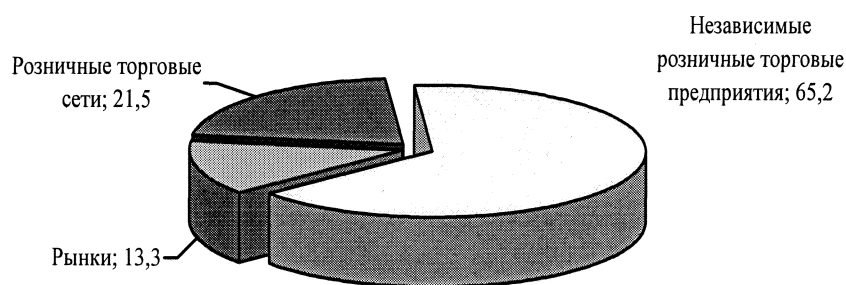


Рис. 2. Структура розничной торговли в России в 2009 году

- общий управляющий центр;
- единая корпоративная стратегия;
- общее управление поставками товаров, единое управление перемещением товаров, запасов;
- возможность одновременного обслуживания различных сегментов рынка, что проявляется в мультиформатности торговых сетей;
- возможности регулярного предоставления скидок;
- преимущества в дистрибуции;
- возможности выхода на региональные рынки.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о конкурентных преимуществах сетевой торговли перед традиционной формой организации торгового предприятия. Однако с учетом всех преимуществ сетевой торговли на рынке как зарубежных стран, так и российском, продолжают существовать независимые торговые предприятия, которые обладают также определенными преимуществами. Важным фактором, влияющим на развитие данных предприятий, является грамотное применение современных технологий торговли и логистики, которые в совокупности способствуют привлечению покупателей, увеличению их лояльности, сокращению логистических издержек и, следовательно, увеличению их конкурентоспособности. При этом основным инструментом является интеграция независимых розничных торговых предприятий в добровольные сети на принципах логистики.

Исследования по распределению числа торговых сетевых предприятий по форматам показывают следующие результаты (рис. 3).

Как видно из приведенных данных, доминирующее положение занимает дискаунтер, и лишь незначительная часть предприятий представлена форматом магазина «у дома». Многие сетевые торговые предприятия предпринимали попытки организации сетей небольших магазинов пешеходной доступности, однако по тем или иным причинам немногие из них прижились на рынке. В последний год наблюдается иная тенденция: если раньше крупные торговые сети были заинтересованы в открытии новых больших супермаркетов,

то сейчас приоритет отдается созданию небольших магазинов площадью до 100–200 м².

Такой интерес к формату магазина «у дома» вполне обоснован. Снижение уровня доходов, финансовый кризис приводят к обострению борьбы за каждого потенциального покупателя и, несмотря на все конкурентные преимущества сетевой торговли и ее активное развитие, независимые магазины также необходимы на рынке.

Формат магазина «у дома» характеризует удобный режим работы и расположение в пределах шаговой доступности. Такой магазин открывается в расчете на проживающих в радиусе 400–800 м жителей, делающих покупки от двух до семи раз в неделю. В отличие от гипер- и супермаркетов, в магазинах «у дома» чаще совершаются отдельные целевые покупки. Совершение покупок в таком магазине не требует наличия автомобиля, большого запаса свободного времени.

Независимые магазины имеют свои сильные стороны по сравнению с сетевым ритейлом, и задача каждого независимого магазина – найти свою нишу, грамотно сформировать ассортимент и четко определиться с целевой аудиторией. Независимые розничные торговые предприятия имеют несколько основных групп покупателей:

- потребители, совершающие подавляющее большинство покупок около дома, например, молодые мамы с детьми, пенсионеры, работающие женщины и мужчины, не имеющие времени на продолжительные походы по магазинам;

- потребители, совершающие основную часть покупок в крупных супермаркетах по выходным, а скоропортящиеся товары ежедневного спроса приобретающие в магазине «у дома», например, хлеб, молоко, овощи, фрукты, специи и т. п.;

- потребители, приобретающие продукты для немедленного потребления, т. е. готовую кулинарную продукцию, напитки, различные деликатесы или продукты быстрого приготовления.

Для каждой целевой аудитории соответственно ассортимент будет различным. Магазины необходимо выбрать приоритетную группу, принося-

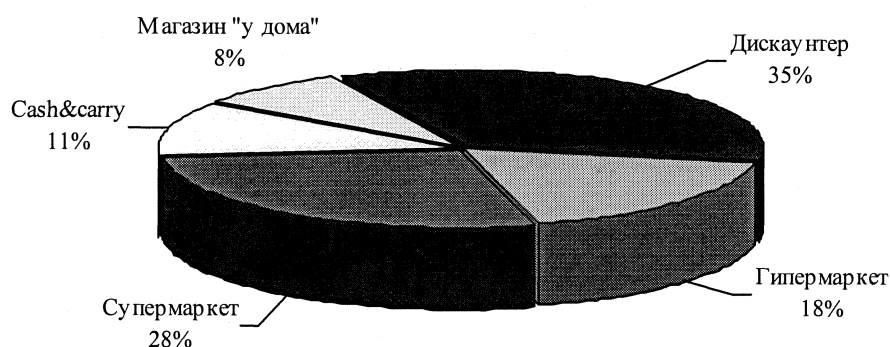


Рис. 3. Распределение числа торговых сетевых предприятий по форматам торговли в России

щую наибольший доход, и формировать ассортимент, исходя из предпочтений данной группы. Немаловажным фактором при выборе доминирующей группы потребителей является месторасположение магазина. Вблизи может находиться жилая застройка, следовательно, основная группа потребителей – это молодые мамы, пенсионеры и т. д. Другой вариант – это наличие около магазина офисных зданий, тогда основной группой потребителей будут являться молодые работающие люди. Считаем, что ассортимент в каждом случае должен быть различен.

Немаловажное значение имеет такой фактор, как цена и наличие скидок. Немногие независимые магазины имеют возможность предоставления скидок и карт постоянных клиентов, так как это требует автоматизации всех торговых процессов. С другой стороны, автоматизация существенно сократит затраты времени на учет, улучшит планирование и управление ассортиментом, товарными запасами, что, в свою очередь, повлияет на цену. В то же время наличие скидок привлекает покупателей и стимулирует продажи.

Вытеснение с рынка значительной части предприятий с малой долей прибыли не приведет к положительным результатам, значит необходимо искать пути повышения конкурентных преимуществ несетевой торговли.

В табл. 8 представлена сравнительная характеристика сетевого продуктового ритейла и магазина традиционной торговли.

Несмотря на развитие сетевой торговли, независимые магазины должны функционировать на рынке, поскольку они удовлетворяют определенные потребности, которые не может удовлетворить крупный магазин. В настоящее время идет активное завоевание рынка именно предприятиями сетевой торговли, но доля несетевой торговли в России пока преобладает. В развитых странах доля несетевой торговли в среднем составляет 20–30 % в общем объеме розничного товарооборота. Россия развивается по своему пути, что доказывает

хотя бы развитие особого, чисто российского варианта дискаунтера. Независимые магазины в настоящее время должны включиться в серьезную борьбу за покупателей, более тщательно формировать ассортимент, автоматизировать торговые процессы, использовать материальные стимулы в виде скидок или карт постоянного клиента. Еще одним вариантом приобретения конкурентного преимущества может служить объединение независимых магазинов с целью создания распределительных центров и получения скидок у поставщиков.

Рассмотрим основные показатели деятельности десяти крупнейших розничных продовольственных сетей г. Челябинска (табл. 9) с целью оценки логистической интеграции.

Доля рынка десяти крупнейших розничных продовольственных сетей г. Челябинска составляет 6 %, оставшуюся часть – около 15 % составляют 6 мелких продовольственных сетей и 20 сетей, реализующих непродовольственные товары. Наибольшую долю рынка при этом занимает торговая сеть «Молния» (ООО «Молл») – 3,36 %. Наибольшее количество магазинов имеют дискаунтеры «Пятерочка» и «Дикси» – 36 и 30 соответственно.

В логистически интегрированных структурах – торговых сетях, уровень издержек обращения ниже, чем в независимых магазинах в среднем на 2–3 %, что обусловлено более высоким уровнем производительности труда, более эффективным использованием торговых площадей.

Литература

1. Плотников, В.В. Эффект логистической интеграции: монография / В.В. Плотников. – М.: Научная книга, 2002. – 104 с.
2. Чкалова, О.В. Торговое предприятие: учеб. пособие / О.В. Чкалова. – М.: Эксмо, 2008. – 320 с.
3. Торговля в России. 2008: стат. сб./ Росстат. – М., 2008. – 565 с.
4. <http://www.econom-chelreg.ru>
5. <http://www.InfoLine.ru>
6. Магазины шаговой доступности. Ситуация в

Таблица 8

Сравнительная характеристика сетевой и несетевой торговли в России

| Критерий | Сетевая торговля | Несетевая торговля |
|--|--|--|
| Размеры | Совокупная торговая площадь значительная | Торговая площадь магазина, как правило, в пределах 500 м ² |
| Территориальная близость | Предприятия могут быть расположены далеко от жилой застройки, затраты времени на путь до магазина составляют 30–60 минут | Максимальная приближенность к потребителям, затраты времени на путь до магазина составляют 5–10 минут |
| Пешеходная доступность | Зачастую необходимо воспользоваться транспортом | Находится в пределах пешеходной доступности |
| Затраты времени на совершение покупки | Минимум 30 минут, включая нахождение в торговом зале и прохождение кассовой зоны | 5–10 минут, исключая часы пик, когда у кассы могут возникать очереди |
| Уровень цен | Относительно низкие цены благодаря наличию скидок у поставщиков и минимизации логистических затрат | Уровень цен выше на 5–10 % по сравнению с сетевыми предприятиями |
| Наличие скидок | Имеются карты постоянного клиента, возможны скидки при проведении акций | Отсутствуют в большинстве случаев |
| График работы | Удобный для покупателей, может быть круглосуточный, но чаще с 8.00 до 22.00 | Удобный для покупателей, может быть круглосуточный, но чаще с 8.00 до 22.00 |
| Широта и глубина ассортимента | Широкий, глубокий ассортимент. Может насчитывать до 35 000 позиций | Ассортимент узкий и неглубокий, включает до 2500–3000 наиболее востребованных быстрооборачиваемых позиций |
| Наличие готовой продукции | Допускается наличие готовой продукции, кулинарии | Зависит от специализации магазина, но чаще готовая продукция отсутствует, либо имеются единичные позиции |
| Собственные марки | Есть | Нет |
| Мерчендайзинг | Используются приемы мерчендайзинга, имеется штат мерчендайзеров, которые отслеживают эффективность данных мероприятий | Отсутствует, руководство стремиться максимально использовать имеющиеся площади и оборудование. Приемы мерчендайзинга используются интуитивно |
| Форма обслуживания | Самообслуживание | Обслуживание через прилавок, реже самообслуживание |
| Наличие дополнительных услуг (парковка, детская комната и др.) | Сетевые магазины рассчитаны на длительное пребывание покупателей в торговом зале, следовательно, наличие парковок, детских комнат, кафетерия обязательно | Парковочные места ограничены, детские комнаты, кафетерий могут отсутствовать, минимальные дополнительные услуги |
| Лояльность покупателей | Лояльность высокая за счет высокого уровня обслуживания, широкого ассортимента и относительно низкого уровня цен | Знают покупателей «в лицо», лояльность высокая за счет личного обслуживания и общения |
| Наличие складских помещений | Большие возможности для хранения товарных запасов | Складские площади минимальные или отсутствуют |
| Наличие собственных логистических инфраструктур | У многих торговых сетей есть собственные распределительные центры, налажены связи с транспортными компаниями, либо собственных парк | Отсутствуют |
| Автоматизация и механизация процессов торговли | Высокий уровень автоматизации и механизации процессов торговли | Чаще отсутствуют |
| Анализ и управление ассортиментом | Применяется множество подходов, благодаря автоматизации управление ассортиментом и запасами упрощается | Чаще используются интуитивные способы |

Таблица 9
Основные показатели деятельности предприятий сетевой торговли г. Челябинска за 2008 г.

| Показатели | Молния | Пятерочка | Дикси | Теорема | Наш гипермаркет | Проспект | Пагэрсон | Магнит | Мир еды | Монетка |
|---|----------|-----------|---------|---------|-----------------|----------|----------|--------|---------|---------|
| Розничный товарооборот, млн руб. | 11 678,4 | 2 193,8 | 2 168,4 | 1 581,8 | 1 090,5 | 822,8 | 468,0 | 396,0 | 245,5 | 140,6 |
| Доля рынка, % | 3,36 | 0,63 | 0,62 | 0,46 | 0,31 | 0,25 | 0,14 | 0,11 | 0,07 | 0,04 |
| Количество магазинов | 11 | 36 | 30 | 2 | 1 | 6 | 3 | 8 | 3 | 2 |
| Средний чек, руб. | 812 | 380 | 290 | 610 | 534 | 388 | 410 | 285 | 341 | 255 |
| Средний товарооборот на 1 магазин, млн руб. | 1 061,7 | 60,9 | 72,3 | 790,9 | 1 090,5 | 137,1 | 156,0 | 49,5 | 81,8 | 70,3 |
| Средний товарооборот на 1 м ² , млн руб. | 0,450 | 0,161 | 0,206 | 0,171 | 0,179 | 0,184 | 0,156 | 0,198 | 0,147 | 0,040 |
| Торговая площадь, м ² | 25 952 | 13 626 | 10 526 | 9 250 | 6 092 | 4 472 | 3 000 | 2 000 | 1 670 | 3 674 |
| Средняя площадь одного магазина, м ² | 2 690,2 | 378,5 | 350,9 | 4 625 | 6 092 | 745,3 | 1 000 | 250 | 556,7 | 1 837 |
| Численность работников сети | 1 850 | 765 | 1 343 | 980 | 151 | 186 | 259 | 300 | 76 | 206 |
| Товарооборот на 1 работника, млн руб. | 6,31 | 2,87 | 1,61 | 1,61 | 7,22 | 4,42 | 1,8 | 1,32 | 3,23 | 0,68 |

Санкт-Петербурге. Из отчетного доклада Санкт-Петербургской ассоциации малого бизнеса в сфере

потребительского рынка // Современная торговля. – 2009. – № 9. – С. 6–12

7. <http://www.4p.ru/main/research/57357/>

Поступила в редакцию 30 апреля 2009 г.

Каточков Виктор Михайлович. Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика торговли» факультета коммерции Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – экономика и управление в промышленности, коммерческая деятельность промышленных предприятий, логистика. Контактный телефон: 8-919-11-555-10

Katochkov Viktor Mikhailovich. Doctor of Economics, professor, Head of the Trade Economics department of the faculty of Commerce, South Ural State University. Scientific interests: economics and management in industry, commercial activity of industrial enterprises, logistics. Telephone: 007-919-11-555-10

Левина Алена Борисовна. Старший преподаватель кафедры «Экономика торговли» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – экономика и организация розничной торговли, логистика. Контактный телефон: (8-351) 267-93-03.

Levina Alena Borisovna is senior teacher of the Trade Economy Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: economy and the organization of retail trade, logistics. Tel: (8-351) 267-93-03.

Abstracts and keywords

Zagulyaev D.G. The concept of the international wage workers labour-market regulation from the point of view of the rental character of the world economy.

The author's concept of regulation of the international wage workers labour-market from the point of view of the rental character of the world economy is expounded in the article.

Keywords: labour-market, manpower resources, donor countries, recipient countries, rental character of the world labour-market, concept of regulation.

Danilova I.V., Rezepin A.V. Implementation of inflation targeting policy in Russia: regional conditions differentiation

The article deals with regional peculiarities of inflation targeting policy implementation in Russia. The authors research problems of regional inflation processes controllability and sterical specificity of transmission mechanism of monetary and credit policy based on social, economic and financial characteristics of the Russian Federation Regions.

Keywords: monetary and credit policy, inflation targeting, transmission mechanism.

Kolochyova V.V., Titova V.A. Sustainable development of enterprises on the basis of process approach.

This article deals with the problem of enterprise sustainable development formation. The authors analyze the types of sustainability, management functions and indicate their impact on the enterprise sustainability. In the article the authors suggest to use process approach as a tool for strategy of sustainable development implementation.

Keywords: sustainability, enterprise, process approach, management functions, development.

Saveleva I.P., Kurzanova L.Y. Analysis of approaches to construction products value determining.

This article focuses on problems of forming of construction products value. The authors reviewed the basic approaches to the construction products value determining that influence on the mechanism of formation of the construction products value, and, consequently, on its constituents. In this paper the authors scrutinized the participants of investment and construction process and forms of their relationships, sources of investment and construction projects finance, investment and construction stages of the project, prices of contracts, methods of determining on the construction budget, the levels of estimate prices and regional distinctions of price for construction products determination.

Keywords: pricing variable, investor (customer), the contractor, organizational forms of construction, investment and construction project, investment and construction project stages, funding sources of investment and construction project, contract price, methods of determining on construction products value, level of estimate prices.

Chirkina S.S. Method of land lots valuation during holding auctions.

The article deals with the problems of development of land auctions mechanism in Russia. The author analyzed a new method of land valuation based on the land lost attraction. The author gives a detailed description and sequence of this method.

Keywords: land lots valuation, auction, method of land valuation.

Abstracts and keywords

Shuvarikova E.V. Application of international practice for solving production and consumption waste management problems in the Perm region.

The article deals with the problem of waste generation of production and consumption in the Perm region. The author gave the main statistical indicators of waste generation, and emphasizes urgency of the issue in the region. She also analyzed the basic principles for solution of the waste management problems in the international practice. The article provides the priority recommendations of forming of the rational system of waste management in the Perm region which is based on the innovative world practice.

Keywords: waste management, Perm region, environmental law, economic incentive, integrated management programmes.

Baev I.A., Guseva T.I. Development of model of efficiency evaluation of re-structuring of the enterprises in the conditions of financial crisis.

In the article an author classification of restructuring processes of the enterprises is offered. This classification underlay both criterion specification and model of efficiency evaluation of restructuring of the enterprises in the conditions of financial crisis. The offered model is focused on cost and competitiveness increase of an enterprise with minimum investment in its restructuring.

Keywords: restructuring of the enterprises; enterprise cost, competitiveness, financial crisis.

Kiselyova V.A., Shikina S.A. Management of asset profile structure on the basis of functional model of the capital structure optimization.

This article deals with a problem of formation of a financial policy of management of asset profile of an industrial enterprise on the basis of the stated strategy. The authors analyze conditions of formation of optimum asset profiles of an industrial enterprise on the basis of functional model of a capital structure optimization of a business entity in conditions of the crisis situation existing on the building industry market. The choice of the financial policy aimed at dissociation of capital and division of property is proved. Peculiarities of asset profile management of an industrial enterprise in crisis conditions are marked.

Keywords: management policy, industrial enterprise asset, financial policy, asset profile.

Shpaltakov V.P., Bychkova A.N. Model of a basic capital reproduction.

The article deals with the issues of reproduction of basic capital in modern Russia. The author offers a theoretical concept describing model of process of reproduction, which allows to explain processes of distribution and redistribution of investment streams by various kinds of resources of an economic system depending on influence of various macroeconomic factors. The empirical material confirming a theoretical justification is given, the methodical basis of drawing up programs of investment processes development is offered.

Keywords: investment process, management mechanism, basic capital, marginal returns, acquisition price, marginal costs of use, windowed estimate.

Buchtiyarova T.I., Loskutova N.I. Expenses classification for internal controls.

The article deals with the problems of internal controls organization. The standard of internal control was developed for the purposes of strengthening the organizational executive chain of command, improvement of control quality and efficiency, prevention of risks and loss, intensifying intragroup cooperation between manufacturing and financial subdivisions of JSC «RZD» (Joint Stock Company "Russian Railways") on all management levels.

Keywords: efficiency of economic activity, internal control formation, efficiency monitoring, control purpose, control function, monitoring of check materials.

Tretyakova Y.P., Bazhanova M.I. Modern approach to evaluation of enterprise labour potential.

Critical analysis of applied methods of labour potential conditions evaluation is carried out in the article, groundlessness of these methods for solving many management problems is shown. On the basis of modern view of the essence of labour potential application of an index method of resources and method of test questions for evaluation of its condition is given proof. The computation algorithm is provided, levels of labour resources condition are marked out, advantages and disadvantages of the offered methods are elicited.

Keywords: methods of labour potential evaluation, index method of resources, method of test questions, estimator, levels of labour potential conditions.

Usova A.A. Application of R.Norton and D.Kaplan model of "System of the balanced indicators" at formation of strategy of the agroenterprises of Russia.

Issues of application of R. Norton and D. Kaplan model "System of the balanced indicators" while elaborating strategy of the enterprises of the agricultural sector in conditions of integration economy of modern Russia are considered.

Keywords: strategic management, agricultural sector, integration, strategy, system of the balanced indicators.

Karh D.A. Theoretical bases of the services essence development.

Various approaches to the essence and concept "service", various points of view on their role and significance in the system of economic relations are considered in the paper. The author's interpretation of concept "service" is given.

Keywords: service, kind of activity, result of activity, market relations

Vaysman E.D. Origin of the competitive advantages of a company.

The article deals with the issue of the development of theories and conceptions of a company competitive advantages. The author demonstrates that vector of their development is directed towards increasing of the intellectual component. He suggested a hypothesis about a dynamic character of the company competitiveness index that actualizes a development problem of corresponding method of its estimation.

Keywords: company, competitiveness, economics, marketing analysis, competitive advantage, strategy, market share.

Lagutina E.E., Leongardt V.A., Shaposhnikov V.A. Marketing vocational education as a product in marketing system.

The paper deals with some problems of attraction of consumers of education services. A service as one of the marketing mix parts of the institute of higher education is analyzed from the point of view of its possibility to form competitive advantages of the institution of higher education. An education service "vocational education in marketing" is taken as an example,

Keywords: marketing mix, education service of higher vocational education in Marketing specialization, prime product, process of essential service rendering, back up services.

Katochkov V.M., Levina A.B. Evaluation of logistic integration of Chelyabinsk retail enterprises.

The article deals with issues of logistic integration of retail enterprises. The author elicits the peculiarities of chain and non-chain trade growth, specifies the notion of logistic integration in retail trade and provides classification of logistic integration based upon its scale, types and forms. The results of the carried out research provided the author with the opportunity to evaluate the Chelyabinsk trade enterprises integration based upon the logistic principles.

Keywords: logistics, logistic integration, classification of logistical integration.

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

1. В редакцию предоставляются электронная и бумажная (документ MS Word) версии 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

№ 7(183) 2010

Серия
«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»
Выпуск 13

Издательский центр Южно-Уральского государственного университета

Подписано в печать 16.02.2010. Формат 60×84 1/8. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 13,49. Уч.-изд. л. 13,75. Тираж 500 экз. Заказ 47/105.

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