

**МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И
ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ
МЕТОДЫ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА:
УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ**

• ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ •

Министерство образования Российской Федерации

Тамбовский государственный технический университет

Институт "Экономика и право"

Региональный диссертационный совет КМ 212.260.01 при ТГТУ

**МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И
ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ
МЕТОДЫ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА:
УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ**

Сборник научных трудов

Основан в 2000 г.

В ы п у с к 10

Под научной редакцией
д-ра экон. наук, профессора Б. И. Герасимова

Тамбов

• ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ •

2004

ББК У.я43
М34

В создании сборника принимают участие:
Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации;
Научно-исследовательский центр информатики
Министерства иностранных дел Российской Федерации;
Тамбовский государственный технический университет;
Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина;
Мичуринский государственный аграрный университет;
Липецкий государственный технический университет;
Рязанская государственная радиотехническая академия;
Рязанская государственная академия им. П.А. Костычева

Редакционный совет:

доктор экономических наук, доктор технических наук, профессор **Б.И. Герасимов** (*главный редактор*); доктор экономических наук, профессор **И.Н. Дрогобыцкий** (*заместитель главного редактора*); кандидат экономических наук, доцент **Н.В. Злобина** (*ответственный секретарь*); доктор экономических наук, профессор **М.И. Ломакин**; доктор экономических наук, профессор **И.А. Минаков**; доктор экономических наук, профессор **В.И. Терехин**; доктор экономических наук, профессор **Т.Н. Толстых**; доктор экономических наук, профессор **В.А. Шайтанов**; доктор экономических наук, профессор **Г.И. Юрьева**

М34 Математические и инструментальные методы экономического анализа: управление качеством: Сб. науч. тр. / Под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. Б.И. Герасимова. Тамб. гос. техн. ун-т. Тамбов, 2004. Вып. 10. 320 с.
ISBN 5-8265-0127-8

В сборник включены труды научных работников вузов Центрального федерального округа и специалистов по экономике и управлению качеством продукции, услуг, а также по математическим и инструментальным методам экономического анализа.

Сборник предназначен для преподавателей, аспирантов и студентов с целью использования в научной и учебной деятельности.

ББК У.я43

Сборник подготовлен по материалам, предоставленным в электронном варианте и сохраняет авторскую редакцию.

ISBN 5-8265-0127-8

© Тамбовский государственный
технический университет
(ТГТУ), 2004

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА:
УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ**

Сборник научных трудов

Выпуск 10

Редактор и технический редактор М. А. Евсейчева

Инженер по компьютерному макетированию Т. А. Сынкova

Подписано в печать 12.01.2004

Формат 60 × 84 / 16. Бумага офсетная. Печать офсетная.

Гарнитура Times New Roman. Объем: 18,6 усл. печ. л.; 18,0 уч.-изд. л.

Тираж 400 экз. С. 36^М

Издательско-полиграфический центр
Тамбовского государственного технического университета,
392000, Тамбов, Советская 106, к. 14

Качество необходимо России: верные, волевые, знающие и даровитые люди; крепкая и гибкая организация; напряженный и добросовестный труд; первосортный продукт; высокий уровень жизни.

И.А. Ильин

Региональный диссертационный совет КМ 212.260.01 утвержден при Тамбовском государственном техническом университете приказом Высшей Аттестационной комиссии Министерства образования Российской Федерации 18 июля 2003 г. № 1108-в на основании решения президиума ВАК Минобразования России от 18.07.2003 № 402-КС.

Диссертационному совету КМ 212.260.01 разрешено принимать к защите диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальностям: 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: экономика и управление качеством (экономические науки)» и 08.00.13 – «Математические и инструментальные методы экономики (экономические науки)».

За отчетный период с 18 июля по 31 декабря 2003 г. проведено пять заседаний диссертационного совета, из них на двух заседаниях проводилось предварительное рассмотрение диссертаций и на трех заседаниях слушались защиты диссертаций.

Состав регионального диссертационного совета утвержден в количестве 17 человек. На заседаниях присутствовало 14 – 16 членов совета.

Тематика диссертационных работ соответствует актуальным направлениям Паспорта специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: экономика и управление качеством»

п. 9.14: «Организационно-экономические основы обеспечения самооценки предприятий в области управления качеством продукции (услуг)» и Паспорта специальности 08.00.13 – «Математические и инструментальные методы экономики» – п.п. 1.4, 1.6, 2.3: «Разработка и исследование моделей и математических методов анализа микроэкономических процессов и систем», «Математический анализ и моделирование процессов в финансовом секторе экономики, развитие метода финансовой математики и актуарных расчетов», «Разработка систем поддержки принятия решений для рационализации организационных структур и оптимизация управления экономикой на всех уровнях». Проведенные исследования направлены на реализацию стратегии качества социально-экономического развития Тамбовской области, Центрально-Черноземного Региона и Центрального Федерального Округа.

Первая кандидатская диссертация А.В. Докукина «Оптимизация активов коммерческого банка» посвящена комплексному решению задачи оптимизации активов коммерческого банка и выработки на этой основе оперативных управленческих решений, направленных на обеспечение его устойчивого развития.

В диссертационной работе синтезирована тактическая составляющая концепции устойчивого развития коммерческого банка, предложены ее целевая структура и критериальное покрытие, что заложило основу системного подхода к решению поставленной задачи; структурированы предпочтения лиц принимающих решения и предложены методы их формализованного отображения, что позволило осуществить математическую постановку задачи оптимизации активов коммерческого банка; сформулирована задача многокритериальной оптимизации активов коммерческого банка и предложен метод ее решения, заключающийся в последовательном построении множества Парето и формулировании новых ограничений по критериям с учетом допустимых уступок; разработана инструментальная поддержка решения задачи оптимизации активов коммерческого банка с использованием многомерной визуализации данных на интерактивном графике, ориентированная на лиц принимающих решения.

Достоверность и обоснованность теоретических выводов и практических рекомендаций диссертации обеспечивается строгим следованием научной методологии системного анализа исследуемой предметной области, корректным использованием многократно апробированных методов и средств решения экономических задач, практическим использованием полученных результатов, надежной источниковой

базой. Последнюю представляют законодательные акты Федерального Собрания Российской Федерации, нормативные материалы Центрального Банка Российской Федерации и Министерства финансов Российской Федерации, фундаментальные труды отечественных и зарубежных ученых по банковскому делу и экономико-математическим методам, разработки ведущих научных школ Центрального экономико-математического института Российской академии наук, Финансовой академии при Правительстве РФ, Научно-исследовательского финансового института Министерства финансов Российской Федерации, официальные статистические материалы Центрального Банка Российской Федерации, аналитические и статистические данные ряда коммерческих банков. При решении конкретных задач в работе использовались известные методы многокритериальной оптимизации, элементы теории игр (максиминная свертка); методика многомерной визуализации данных; современные инструментальные средства проектирования экономических информационных систем.

Научная новизна исследования состоит в разработке модели оптимального управления активами коммерческого банка на основе интерактивного метода многокритериальной оптимизации и ее программно-алгоритмической поддержке.

Концепция управления активами коммерческого банка, основанная на применении методов многокритериальной оптимизации с построением множества Парето развивает подходы к моделированию активных операций и используется при решении тактических задач в банках Тамбова и области. В частности они нашли непосредственное применение при формировании лимитной политики банка, прогнозировании результатов вложения средств и их влияния на устойчивость банка, принятии решений по активным операциям банка. Разработанные методы могут быть использованы в других кредитных организациях.

Диссертационное исследование выполнено в рамках плана научных работ института «Экономика и право» Тамбовского государственного технического университета, проводимых в соответствии с комплексной темой «Качество объектов микро-, мезо- и макроэкономики, бухгалтерского учета, экономического анализа, аудита и финансово-кредитной деятельности». Отдельные положения диссертации использованы АСБ «Бастيون» и Тамбовским ОСБ № 8594 для оптимального управления активами банков. Теоретические, методические и практические результаты их использования обсуждались и получили положительную оценку на восьми Всероссийских и международных конференциях, в том числе Всероссийской научно-практической конференции «Математическое моделирование экономических систем и процессов» (Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова, Финансово-экономический институт, 2000 г.), Международной научно-практической конференции «Финансовые проблемы РФ и пути их решения: теория и практика» (Санкт-Петербургский государственный технический университет, 2001 г.), Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы управления – 2001» (Государственный университет управления, Отделение экономики РАН, мэрия Москвы 2001 г.), Международной научно-технической конференции «Организационный менеджмент: состояние, проблемы, тенденции» (Международная академия информатизации, Приволжский дом знаний, Пенза, 2003 г.).

Основные положения диссертационной работы нашли отражение в восьми печатных работах общим объемом 12,9 п.л. (авторский объем – 7,9 п.л.).

Диссертационный совет КМ 212.260.01 рекомендовал направить выводы и предложения, содержащиеся в диссертации, в Ассоциацию коммерческих банков РФ.

Вторая кандидатская диссертация А.Ю. Сизикина «Механизм самооценки менеджмента качества промышленного предприятия» посвящена комплексному решению задачи повышения качества продукции промышленного предприятия (ПП) посредством разработки механизма самооценки менеджмента качества ПП и выработке на этой основе оптимальных управленческих решений по ее улучшению.

Актуальность диссертационного исследования обусловлена необходимостью активизировать процессы сертификации систем менеджмента качества по стандартам ИСО 9000 в связи с предстоящим вступлением России в ВТО и дальнейшей ее интеграции в международную систему разделения труда.

В диссертационной работе синтезирована закономерность непрерывного совершенствования качества через интегральное взаимодействие экономических законов рыночных отношений, формирующая стратегию эволюционного развития ПП, что заложило основу системного подхода к решению задачи разработки менеджмента качества ПП; структурированы методы самооценки менеджмента качества ПП, предложена их классификация, что позволило трактовать механизм самооценки менеджмента качества ПП как критерий, дополняющий модели оценки качества; разработана рейтинговая шкала состояния ПП в области качества по результатам самооценки его менеджмента качества, позволяющая по-

строить дерево целей для оперативного управления и ограничений для принятия оптимальных решений, улучшающих качество продукции и функционирования ПП.

Достоверность и обоснованность теоретических выводов и практических рекомендаций диссертации обеспечиваются строгим следованием научной методологии системного анализа исследуемой предметной области, корректным использованием многократно апробированных методов и средств решения экономических задач, практическим использованием полученных результатов, надежной источниковой базой. Последнюю представляют законодательные акты Федерального Собрания Российской Федерации, нормативные материалы Госстандарта России, Международные стандарты по системам менеджмента качества серии ИСО 9000 версии 2000 г., фундаментальные труды отечественных и зарубежных ученых по всеобщему менеджменту качества, управлению качеством продукции и услуг, а также экономическому анализу, разработки ведущих научных школ Московского государственного университета экономики, статистики и информатики, Финансовой академии при Правительстве Российской Федерации, Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, Санкт-Петербургского инженерно-экономического университета, Академии стандартизации, метрологии и сертификации Госстандарта России, аналитические и статистические данные ряда промышленных предприятий. При решении конкретных задач в работе использовались известные методы ABC-анализа, диаграммы Парето, гистограммы, причинно-следственные диаграммы, а также инструменты планирования и разработки стратегии качества.

Научная новизна исследования состоит в разработке оперативного научно-методического аппарата самодиагностики менеджмента качества ПП на основе интегрального взаимодействия экономических законов рыночных отношений, которые направляют вектор эволюционного развития качества ПП, формирующейся самооценкой менеджмента качества, ориентированной на удовлетворение требований потребителей и выгоды для акционеров предприятия и общества в целом.

В работе предложена концепция улучшения качества продукции ПП, основанная на системном объединении методов решения проблем качества, экономического анализа и самооценки качества, развивающая подходы к массовому распространению концепции TQM посредством моделей стандартов, моделей премий качества и методик исследования предприятий. В теоретическом плане полученные результаты обогащают методологию менеджмента качества в части расширения аппарата и методического обеспечения процессов самообследования и самооценки менеджмента качества.

Основные положения диссертации направлены на повышение уровня систем качества промышленных предприятий и используются при решении тактических и стратегических задач менеджмента качества предприятий г. Тамбова и области.

Исследование выполнено в рамках НИР института «Экономика и право» Тамбовского государственного технического университета, проводимых в соответствии с комплексной темой «Качество объектов микро-, мезо- и макроэкономики, бухгалтерского учета, экономического анализа, аудита и финансово-кредитной деятельности». Теоретические, методические и практические результаты диссертации обсуждались и получили положительную оценку на ряде Всероссийских и Международных научно-практических конференциях и семинарах, в том числе на Международном научно-практическом семинаре «Тенденции становления и развития информационного бизнеса в России. Проблемы качества информационных услуг» (Тамбов, 1999 г.); Всероссийской научно-практической конференции «Государство в рыночной экономике» (Пенза, 2002 г.); Региональной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы глобализации экономики России на пороге XXI века» (Волгоград, 2002 г.); Международной научно-практической конференции «Формирование устойчивой социально-экономической среды предприятий в рыночной экономике» (Россия, Киров, 2003 г.).

Отдельные результаты диссертационного исследования нашли практическое применение при формировании стратегии развития ОАО «Рематтра» (г. Рассказово), позволяющей в динамике оценить и выбрать приоритеты деятельности в области менеджмента качества; выработки управленческих решений по улучшению качества продукции ОАО «Пигмент» (г. Тамбов) и повышения эффективности его функционирования; поэтапного процесса самооценки менеджмента качества ОАО «Кондитерская фирма «ТАКФ» (г. Тамбов), повышающего уровень его конкурентоспособности.

Основные положения диссертационной работы нашли отражение в 12 печатных работах общим объемом 23,8 п.л. (авторский объем – 13,1 п.л.).

Диссертационный совет ДМ 212.260.01 рекомендовал направить выводы и предложения, содержащиеся в диссертации в Академию проблем качества, Академию стандартизации, метрологии и сертификации Госстандарта России, а также в Федеральное Государственное учреждение «Тамбовский центр стандартизации, метрологии и сертификации» Госстандарта России.

Третья кандидатская диссертация Н.Н. Ивановой «Моделирование организационных структур промышленного предприятия» посвящена комплексному решению задачи оптимизации организационных структур и выработки на этой основе оперативных решений, направленных на повышение эффективности деятельности промышленных предприятий.

В диссертационной работе разработана концептуальная структурно-логическая модель диалектики организационной структуры управления предприятием и предложено ее критериальное обеспечение, что заложило основу системного подхода к решению поставленной задачи; структурированы факторы, воздействующие на промышленное предприятие (открытую систему) и предложены методы их формализованного отображения, что позволило осуществить математическую постановку задачи оптимизации организационной структуры управления; предложен метод решения задачи многокритериальной оптимизации системы управления предприятием, заключающийся в последовательном определении оптимальной численности трудовых ресурсов и минимизации времени достижения целей предприятия, что позволило повысить адаптацию способности организационной структуры к возмущающим воздействиям вероятностного характера.

Достоверность и обоснованность теоретических выводов и практических рекомендаций диссертации обеспечивается строгим следованием научной методологии системного анализа исследуемой предметной области, корректным использованием многократно апробированных методов и средств решения управленческих задач, практическим использованием полученных результатов, надежной источниковой базой. Последнюю представляют фундаментальные труды отечественных и зарубежных ученых по проектированию организационных структур управления промышленными предприятиями и экономико-математическим методам, разработки ведущих научных школ Государственного университета управления, Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова, аналитические и статистические данные ряда промышленных предприятий. При решении конкретных задач в работе использовались известные методы типизации структур, элементы теории систем массового обслуживания, элементы теории и инструментальные средства проектирования экономических информационных систем.

Научная новизна исследования состоит в разработке модели оптимального управления организационными структурами промышленного предприятия на основе вероятностных методов теории массового обслуживания.

Концепция оперативного управления организационными структурами промышленных предприятий, основанная на применении методов оптимизации теории массового обслуживания, развивает подходы к моделированию процесса функционирования элементов организационной структуры и используется при решении управленческих задач на промышленных предприятиях Тамбова и области. В частности они нашли непосредственное применение при прогнозировании эффективности функционирования подразделений ОАО «Тамбовполимермаш» и при подготовке аналитического обоснования для принятия решений по оперативному управлению организационными структурами подразделений. Методика расчета оптимального кадрового обеспечения производственных программ используется предприятием для оптимизации издержек в части формирования фонда заработной платы. Разработанные методы используются на ряде других машиностроительных предприятиях.

Диссертационное исследование выполнено в рамках координационного плана научно-исследовательских работ в области организации производственных и социальных систем Международной Академии науки и практики организации производства (Тамбовское отделение) по теме «Оптимизация организационной структуры управления предприятия» и плана научных работ института «Экономика и право» Тамбовского государственного технического университета, проводимых в соответствии с комплексной темой «Качество объектов микро-, мезо- и макроэкономики, бухгалтерского учета, экономического анализа, аудита и финансово-кредитной деятельности». Отдельные положения диссертации использованы на ОАО «Тамбовполимермаш», ОАО «Технооборудование» и ОАО «НИИРТмаш» для организации экспресс-анализа эффективности функционирования организационных структур предприятия и их оптимального управления и в преподавании учебных дисциплин «Управление организацией (общий менеджмент)», «Организационная структура», «Управление маркетингом» в региональном центре подготовки управленческих кадров для организации народного хозяйства Российской Федерации.

Теоретические, методические и практические результаты диссертационного исследования обсуждались и получили положительную оценку на Всероссийской научно-практической конференции «Наукоемкие технологии в учебном процессе при подготовке специалистов экономического профиля» (Москва, 1997 г.), «Новые информационные технологии в образовании» (Воронеж, 1997 г.), Тамбовской межвузовской научной конференции (Тамбов, 1999 г.).

Основные положения диссертационной работы опубликованы в девяти научных работах общим объемом 10,8 п.л. (авторский объем — 6,7 п.л.).

Диссертационный совет ДМ 212.260.01 рекомендовал направить выводы и предложения, содержащиеся в диссертации, в РЭА им. Г.В. Плеханова и Государственный университет управления (г. Москва).

Данные о рассмотренных диссертациях на соискание ученой степени кандидата экономических наук за 2003 г.

Показатель	Шифр специальности	Шифр специальности
	08.00.05: Экономика и управление качеством	08.00.13: Математические и инструментальные методы экономики
	Отрасль науки	Отрасль науки
	Экономические науки	Экономические науки
Работы, снятые с рассмотрения по заявлениям соискателей	—	—
С положительным решением по итогам защиты	$\frac{1}{1}^*$	$\frac{2}{2}^*$
В том числе из других организаций	—	—
С отрицательным решением по итогам защиты	—	—
В том числе из других организаций	—	—
Дано дополнительных заключений	—	—
Находятся на рассмотрении на 1 января 2004 г.	5	3

* Работы, защищенные аспирантами факультета экономики и управления производствами института «Экономика и право» Тамбовского государственного технического университета.

А.И. Дрогобыцкий

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА СЛИЯНИЯ/ПОГЛОЩЕНИЯ

«Патентованных рецептов» успеха при слиянии или присоединении одного банка другим нет. Тем не менее, в настоящем параграфе мы попытаемся сформулировать важнейшие вопросы, возникающие непосредственно на фазе реализации проекта, выбор которых основан на мировом опыте и понимании лучшей банковской практики:

- стремление к оптимальному корпоративному управлению при создании новой кредитной организации;
- первоочередное решение вопросов клиентской политики;

- применение наиболее эффективных решений в процессе создания новой организационной структуры;
- поддержание высоких, но реальных темпов объединения;
- строгое соблюдение, а при необходимости оперативная и мотивированная корректировка бюджета проекта;
- осуществление контроля хода проекта;
- приоритет в решении информационно-технологических вопросов.

Данный перечень помогает понять основные факторы риска для проекта на стадии его реализации и сформулировать план мероприятий, которые позволят эффективно управлять этими рисками. Коротко остановимся на смысловом содержании каждого из вопросов.

Стремление к оптимальному корпоративному управлению при создании новой кредитной организации. Выработывая управленческие решения в процессе реорганизации необходимо решать задачу построения оптимального корпоративного управления, ориентируясь на лучшую международную практику. Известно, что в последнее время вопросу корпоративного управления уделяется все возрастающее внимание как на национальном, так и на международном уровне. Так, например, ОЭСР установила ряд стандартов корпоративного управления и разработала руководство, которое может быть использовано государственными органами при проведении оценки и принятии мер по совершенствованию правовой, институциональной и нормативной базы корпоративного управления в своих странах, а также иными сторонами, такими как фондовые биржи, инвесторы, корпорации и т.д., играющими важную роль в деле совершенствования практики корпоративного управления.

В рамках мероприятий по совершенствованию банковского надзора, постоянно проводимых Базельским Комитетом по банковскому надзору, была проделана большая работа по обобщению коллективного надзорного опыта стран – членов Комитета и органов надзора других стран, а также по подготовке Руководства по надзору, которое должно способствовать внедрению надежной банковской практики. Из последних публикаций Базельского Комитета стоит особо отметить также Публикацию № 92 от августа 2002 г., посвященную внутреннему аудиту в банках и отношениям с внешними аудиторами и Публикацию

№ 96 от февраля 2003 г. об управлении операционными риском. Рекомендации Базельского Комитета по банковскому надзору были предложены Банком России (письмо от 10 июля 2001 г. № 87-Т) коммерческим банками в качестве ориентира для построения современной надежной системы корпоративного управления кредитной организации. Органы банковского надзора в лице Центрального Банка Российской Федерации крайне заинтересованы в обеспечении эффективного корпоративного управления в каждой кредитной организации, поскольку надлежащее корпоративное управление существенно облегчает работу органов надзора.

Корпоративное управление в целом представляет собой систему отношений между менеджментом компании, ее Советом Директоров, акционерами и другими заинтересованными сторонами, которая включает подсистемы определения целей компании и средств их достижения, а также разработку механизмов контроля. Надлежащее корпоративное управление должно обеспечить совету директоров и менеджменту соответствующие стимулы для достижения целей, в которых заинтересованы компания и акционеры; способствовать осуществлению действенного контроля, поощряя тем самым более эффективное использование банком имеющихся ресурсов. Понятие «заинтересованные стороны» включает сотрудников, клиентов, поставщиков, а также общественность. В связи с уникальностью роли банков для национальной и региональной экономики, а также финансовых систем органы надзора и правительства также считаются заинтересованными сторонами.

Управление современным коммерческим банком требует от руководителей высшего и среднего звена серьезных и глубоких знаний, как в области теории, так и в области практики управления. Можно с уверенностью сказать, что с дальнейшим развитием рыночных отношений и банковского сектора в России процессы построения систем управления деятельностью кредитных организаций будут приобретать все большую актуальность и значимость. Большинство проблем управления, не связанных с особенностями экономической ситуации в России и спецификой деятельности российских кредитных организаций, уже достаточно давно и успешно решаются зарубежными банками. Процесс переноса зарубежного опыта банковской деятельности на российскую практику постепенно осуществляется, но чаще всего выливается в простое «копирование» схемы работы западных финансовых организаций, что далеко не всегда приемлемо в российских условиях с учетом отечественной специфики развития и, следовательно, не приводит к положительным результатам. В этой связи многие банки вынуждены самостоя-

тельно искать пути решения проблем, с которыми они сталкиваются и в области управления, и в области технологий.

Одной из основных управленческих проблем стоящих в той или иной степени практически перед каждым банком сегодня, является потребность в создании такой системы управления, которая охватывала бы весь комплекс факторов, воздействующих на банк. Иными словами, в основу процесса управления банком должен быть положен системный комплексный подход, что предполагает рассмотрение кредитной организации не только как сложной системы, имеющей внутреннюю структуру, закономерности развития и функционирования, но и как экономический субъект, подверженный влиянию множества внешних факторов, как составную часть более глобальных экономических и социальных систем. Так, например, довольно распространена практика рассмотрения проблем банка с позиций их «сиюминутного» решения, преодоления текущих трудностей без учета причин, приведших к возникновению проблемной ситуации. Методы оперативного управления банком зачастую применяются и при решении важных стратегических задач, стоящих перед кредитной организацией. В результате это не только не решает проблемы, но с течением времени более усугубляет их, не позволяя системе управления банком в целом эффективно функционировать.

Первоочередное решение вопросов клиентской политики. При описании особенностей планирования процесса слияния/поглощения уже упоминалось о практически неизбежном оттоке части клиентских средств и тех мероприятиях, которые необходимо провести для предупреждения дальнейшего оттока. В контексте информационной поддержки проекта следует подчеркнуть, что информационная открытость и освещение хода реорганизации работает на укрепление стабильности клиентской базы. Действительно, когда клиент узнает о слиянии своего банка с другой кредитной организацией, у него могут возникнуть опасения, что проект осуществляется из-за неудовлетворительного финансового положения обоих финансовых институтов. Только целенаправленное освещение целей и хода проекта дает возможность закрепить лояльный своему банку клиентский сегмент.

Политика взаимоотношений с клиентами формируется на основе стратегии банка и полностью отвечает интересам ее реализации. Из положений стратегии следуют все приоритеты деятельности банка, в том числе и в обслуживании той или иной группы клиентов. В рамках процесса определения новой клиентской политики присутствует ряд направлений. Наиболее полезными в этом плане могут оказаться современные бизнес-модели интегрированных финансовых услуг и управления взаимоотношениями с клиентами.

Применение наиболее эффективных решений в процессе создания новой организационной структуры. Прежде всего, необходимо исследовать существующие в новом банке параллельные организационные структуры на предмет возможности их интеграции. Объединение дублирующих друг друга структур может принести банку существенную экономию. Однако этот процесс требует самого пристального внимания со стороны руководства, призванного обеспечить его эффективное осуществление, поскольку даже при наличии идентичных структурных подразделений обоих банков, каждое из них имело некоторые особенности.

Соответственно, механическое объединение и упразднение дублирующих подразделений не даст значительного эффекта, поскольку новая организационная структура должна соответствовать стратегии нового банка.

Экономия рабочего времени сотрудников, высвободившегося за счет интеграции, закрепляется путем сокращения лишних штатных единиц с полным рабочим днем. На этой стадии процесса интеграции важен творческий подход к изменению организационной структуры, позволяющий в полной мере реализовать потенциал достигнутой экономии. Такая экономия возникает за счет использования сотрудников с неполным рабочим днем, совмещения должностных обязанностей (как внутри отдельных групп, так и между ними), реорганизации процедур и функций по поддержанию документооборота, а также пересмотра должностных инструкций. Применяя принципы реинжиниринга в работе над организационной структурой, Управленческий Комитет* закрепляет достигнутую экономию путем как упрощения структуры, так и ее оптимизации в контексте стратегических задач новой кредитной организации.

Руководители среднего и высшего звена нового банка отвечают за оценку и обобщение этих схем на уровне вверенных им подразделений. Стремясь к созданию наиболее эффективной организационной структуры, они тщательно анализируют оправданность иерархических взаимосвязей и организационной структуры в целом, поскольку данные факторы непосредственно влияют на движение информации и оперативность принятия управленческих решений. В результате лишние уровни управленческой иерар-

* Управленческий Комитет – орган управления проектом слияния/поглощения. В его состав включаются внешние руководители банка, специалисты по финансам и маркетингу, а возглавляет его, как правило, первый руководитель банка-покупателя.

хии устраняются, а сферы ответственности расширяются. Наконец, переработанные организационные схемы поступают на рассмотрение Управленческого Комитета.

Аналогичным образом руководители направлений оптимизируют взаимоотношения между структурными подразделениями в пределах своих департаментов, а Управленческий Комитет – между отдельными направлениями, т.е. на уровне организационной структуры банка в целом. В результате внедрения предложений по реорганизации, существовавшие до этого иерархические взаимосвязи, часто утрачивают смысл. В связи с этим возникает возможность создания действительно новой организационной структуры, каждый из аспектов которой может быть выстроен заново.

Поддержание высоких, но реальных темпов объединения. Для того, чтобы проект слияния/поглощения стал успешным просто необходимо осуществлять все запланированные мероприятия в намеченные сроки, затягивание которых неизбежно снижает эффективность интеграционных процессов.

С позиций внешней среды – общества, контрагентов, клиентов банка – проекты слияния/присоединения сопровождаются организационной нестабильностью, связанной с тем, что интегрирующиеся кредитные учреждения, вступив в проект, фактически прекращают функционировать по отдельности, в то время как можно говорить лишь о прообразе нового банка. Таким образом, затягивание проекта и сопутствующая этому организационная нестабильность негативно влияют на стабильность финансовую. Банк не может работать в полную силу, продолжается отток клиентов, а контрагенты оценивают риск такого банка как повышенный и воздерживаются от сделки. Очевидно, что ни один проект слияния/поглощения не обходится без корректировок первоначально установленных параметров интеграции и планов мероприятий. Соответственно, сроки, отведенные на каждый из этапов, также подвергаются пересмотру. Важно при этом, чтобы весь проект был осуществлен в заранее запланированные, реальные, но жесткие сроки. Предусматривая изменения на конкретном этапе, Управленческий Комитет принимает решение о том, каким образом будет компенсировано возможное затягивание сроков, и как добиться возврата в график проекта. Для этого используются база данных целей и задач по разным направлениям проекта, набор стандартных идей и «мозговые штурмы» для разработки нестандартных решений.

База данных целей и задач по разным направлениям деятельности в контексте проекта служит источником выявления скрытых резервов для поддержания необходимого темпа преобразований. Хорошей основой для решения возникающих проблем могут стать идеи, уже проверенные на практике и затрагивающие те аспекты проекта, которые не носят ярко выраженный индивидуальный характер. Большинство крупных консалтинговых компаний обладает подробным перечнем ключевых идей по реорганизации каждого из направлений банковской деятельности. Подобные идеи являются не конкретными указаниями, а скорее, предложениями, призванными помочь эффективной реализации проекта. В случае, если проект осуществляется без привлечения внешних консультантов, инициаторам и исполнителям целесообразно предпринять усилия по изучению аналогичных проектов на предмет возникновения корректировок плана и соблюдения сроков.

Каждый проект индивидуален и, хотя отдельные ситуации могут быть стандартными для целого ряда банковских слияний, возможно возникновение проблем, которые сложно решить с помощью внутренних резервов или апробированных идей. Мозговой штурм представляет собой отличное средство стимулирования творческой активности всех участников проекта. В целях обеспечения максимального количества различных взглядов и точек зрения на предмет обсуждения участие сотрудников всех уровней банковской иерархии должно всячески поощряться. Одно из основополагающих правил мозгового штурма состоит в том, что ни одна идея не должна обесцениваться. Предложение, представляющееся поначалу неудачным, может быть просто неадекватно сформулировано. Даже бесперспективная на первый взгляд идея может послужить катализатором для выработки других. Кроме того, следует иметь в виду, что большое количество идей формируется в среде, благоприятствующей их возникновению, а творческий подход благоприятно влияет на результат проекта в целом.

Строгое соблюдение, а при необходимости оперативная и мотивированная корректировка бюджета проекта. Определившись с организационными изменениями, члены Управленческого Комитета в сотрудничестве с руководителями высшего и среднего звена приступают к формированию бюджетов реорганизации или создания конкретных направлений работы, постоянно координируя свою деятельность с тем, чтобы консолидированный бюджет проекта исполнялся в запланированном виде. При этом отдельным разделом рассматриваются общепанковские расходы, которые включают в себя расходы на инкассаторские машины и курьерскую службу; транспорт и представительские цели; сборы и пожертвования; семинары, обучение и привлечение персонала; почтовые услуги и издание печатных ма-

териалов; маркетинг и публичные мероприятия; взносы; оплату вознаграждения Совета Директоров; ремонт и обслуживание оборудования; приобретение программных продуктов.

Экономия, сформированная в результате организационной интеграции, равно, как и результаты оптимизации ценовой политики найдут свое отражение в экономическом балансе нового банка, в то время как бюджет проекта – это бюджет запланированных расходов. Руководители групп несут ответственность за разработку индивидуальных планов деятельности по осуществлению предложений, сулящих значительную экономию или увеличение доходов либо требующих комплексного внедрения. Целью планирования является выделение этапов равномерного и успешного воплощения идей с указанием конкретных сроков и сотрудников, ответственных за выполнение каждого из них.

Одной из важных задач бюджетной деятельности является поиск возможных «узких мест» и неувязок между одобренными к внедрению предложениями.

Обобщение идей на уровне направлений, определение приоритетов их осуществления и обеспечение своевременного наличия необходимых для этого ресурсов находится в компетенции координаторов внедрения.

Изначально бюджет проекта должен рассматриваться в качестве документа, обязательного для безусловного выполнения. Как правило, в ходе проекта возникает множество новых идей и нестандартных ситуаций, которые не только затягивают сроки, но и увеличивают бюджет. Управленческий комитет, вынужденный иметь дело с огромным количеством индивидуальных ситуаций и частных случаев, не сможет отличить обоснованные требования от возражений руководителей, попросту несогласных с концепцией проекта. В этой связи целесообразно рассматривать любые отклонения от утвержденной программы только при условии четко аргументированного обоснования. В случае, если внесение изменений признается необходимым, самым оптимальным видится тот подход, который описывался в разделе о соблюдении сроков – любое изменение ставит задачу сохранения общих параметров проекта. Используя уже описанные методы: банк данных задач проекта по направлениям деятельности, набор стандартных идей и мозговой штурм, Управленческий Комитет стремится компенсировать перерасход бюджета по одному направлению экономией по другому.

Осуществление контроля хода проекта. Практическое внедрение одобренных идей и предложений осуществляется коллективом новой кредитной организации в срок от года до полутора лет с момента завершения подготовительной фазы проекта. На протяжении этого времени роль координаторов внедрения состоит в осуществлении контроля над деятельностью ответственных лиц в целях своевременной и эффективной реализации всех предусмотренных программ.

Раз в месяц, а первоначально даже два раза в месяц Управленческий Комитет созывает совещания, на которых координаторы внедрения отчитываются перед ним об успехах, достигнутых каждой рабочей группой, включающей, как правило, руководителей линейных подразделений-смежников и координаторов данного направления. Поскольку планы деятельности составляются с указанием лиц, ответственных за осуществление конкретных этапов, данный процесс подразумевает строгую отчетность. Подобные обзорные совещания служат также для разрешения разных затруднений, проистекающих из конфликтов приоритетов в деятельности по различным направлениям.

Кроме того, существуют важные проблемы, которые касаются банка в целом и должны быть в центре внимания и под постоянным контролем руководства банка, чтобы запланированные масштабные преобразования возымели действие. В ходе проекта существует определенная вероятность того, что многие идеи, реализация которых касается банка в целом (например, планирование и бюджетирование, внедрение нового информационного обеспечения) не будут восприниматься как относящиеся к сфере ответственности каких-либо конкретных лиц. Один из способов избежать этого – возложить ответственность за воплощение подобных идей на координаторов внедрения.

Таковыми координаторами могут быть высшие руководители нового финансового института, руководители линейных подразделений, члены Управленческого Комитета. Роль координаторов внедрения в осуществлении проекта трудно переоценить, именно поэтому выбор достойных кандидатов на эту роль представляет особую важность. В частности, эти люди должны восприниматься персоналом банка в качестве реальных лидеров. Безусловно, координаторы внедрения будут нуждаться в постоянном содействии аналитиков, в обязанности которых должно входить постоянное взаимодействие с кадровой группой для контроля изменения численности сотрудников; с сотрудниками планово-экономической службы по результатам наблюдения за сокращением затрат, не связанных с персоналом; со специалистами по маркетингу в рамках контроля планового изменения цен и тарифов, а также за реакцией внешней среды на реализацию проекта в целом.

Приоритет в решении информационно-технологических вопросов. При осуществлении интеграции отдельных систем неизбежно возникают серьезные проблемы. Например, интеграция информационных систем – предмет первостепенной важности для банков. Когда происходит слияние банков, существует большая вероятность того, что какая-то часть их технического оборудования и программного обеспечения окажется несовместимой. В лучшем случае это может стать еще одним затратным фактором, который обременит спланированный бюджет слияния. В отдельных случаях это может оказаться и непреодолимым препятствием, угрожающим процессу слияния в целом. В этом случае может возникнуть необходимость принимать дорогостоящие решения о разработке новой операционной системы. В качестве превентивной меры возникновения таких проблем является выявление совместимости информационных систем либо выбор базовой системы до начала реализации проекта, а также составление плана мероприятий уже с учетом этого выбора. В целях оперативного устранения неизбежных технологических проблем, которые возникнут, поскольку в проекте будут использованы методы реинжиниринга, информационно-технологическим вопросам необходимо отдавать приоритетную роль и во время реализации проекта.

Еще одной важнейшей составляющей процесса управления банком является система управленческого учета или, другими словами, специализированного учета деятельности банка, направленного на обеспечение информацией лиц, принимающих управленческие решения. Управленческий учет представляет данные бухгалтерского и финансового учета в обобщенном, агрегированном виде как систему финансово-экономических расчетных показателей деятельности банка, позволяющую проводить анализ не только текущего состояния кредитной организации, но и тенденции его изменения. С развитием информационных технологий в качестве одного из наиболее эффективных инструментов управления, в том числе и для задач управленческого учета, стали активно использоваться специализированные информационные системы. Использование информационных технологий позволяет избавиться от субъективности оценок данных управленческого учета на нижних уровнях управления. Руководитель получает возможность доступа к достоверной и объективной информации непосредственно с помощью информационной системы управления банком.

Сегодня информационные системы управления приобретают особое значение, поскольку они успешно решают задачи, связанные с функционированием систем управленческого учета, управления ликвидностью, бюджетирования и т.д. В мировой практике информационные системы управления уже достаточно давно и успешно используются на практике. В отсутствие таких систем возможность получения дополнительной информации связана с существенными временными затратами, а средства анализа и обработки данных в большинстве случаев ограничены экспертным анализом, и сегодня многие российские банки стремятся как можно скорее изменить эту ситуацию. В процессе построения новой кредитной организации максимально быстрый запуск информационной системы, поддерживающий управленческий учет, позволит инициаторам осуществлять мониторинг экономического эффекта хода проекта и контроль осуществления всех запланированных мероприятий.

Не меньшее количество проблем, с которыми сталкивается российская банковская система, относятся к сфере банковских технологий. Под банковскими технологиями понимают совокупность новейших подходов, методов, средств реализации и обеспечения банковских бизнес-процессов. Развитие этого понятия связано с тем, что за последние 10 – 15 лет возросло значение средств и методов реализации тех или иных банковских задач. Понятие «банковские технологии» является относительно новым. С развитием технических средств, компьютерных технологий и средств связи, возможности технологичной доставки банковских услуг клиенту открылись перед большинством кредитных организаций. Действительно, используемые во всем мире банковские технологии не только определяют «лицо» банка в глазах клиентов и партнеров, но и являются в настоящее время одним из главных критериев в оценке банка с точки зрения профессионализма организации бизнеса и даже его устойчивости. Они являются индивидуальным «ноу-хау» банка и направлены на то, чтобы в современной быстро меняющейся внешней среде реализовать и предложить клиентам соответствующий сегодняшнему дню и их потребностям уровень сервиса, опирающийся на новейшие достижения в области технологий. В принципе, понятие «банковские технологии» включает в себя решение таких задач, как построение системы обслуживания клиентов по отдельным операциям и в целом по банку, комплекс средств (в том числе и технических) по реализации операций, например, с пластиковыми карточками, интерактивному обслуживанию клиентов или каких-либо других. В сферу банковских технологий входят средства автоматизации и информационные системы, работа с современными платежными системами, реализация межфилиальных оборотов, технологии осуществления контроля и система безопасности, телекоммуникации и многое другое, без чего сегодня немыслима

банковская деятельность. Без банковских технологий в настоящее время невозможно решить ни одну из задач, касающихся управления банком, поскольку за последние несколько лет резко изменились требования к скорости принятия решений, увеличился объем операций и используемой в процессе деятельности информации. Основные проблемы в области технологий свойственны небольшим и особенно региональным банкам, которые не успели осуществить технологическое перевооружение в период получения банками сверхдоходов и теперь испытывают серьезные трудности, поскольку при достаточно невысокой текущей доходности банковских операций им тяжело осуществлять массивные инвестиции в собственное развитие. Небольшим банкам все сложнее и сложнее участвовать в технологической гонке последних десятилетий, что еще раз свидетельствует в пользу увеличения капитала либо поиска других возможностей реорганизации.

Несмотря на то, что банковские технологии – лишь инструмент, способствующий оказанию потребителю высококачественной услуги и получения заслуженного дохода, можно констатировать, что в последние годы именно банковские технологии приобрели первостепенное значение. Степень технологичности банка является показателем, оценивающим качество управления, поскольку инвестиции в технологии обеспечивают доступность и безопасность банковских операций, формируют устойчивое конкурентное преимущество и позволяют делать выводы о наличии долгосрочной стратегии данного финансового института.

Реализация кадровых решений в проекте. Неоднократно подчеркивалось, что любое слияние или присоединение есть нечто большее, чем механическое суммирование активов и пассивов организаций. Интеграция организаций – это, прежде всего, управленческий процесс, имеющий в своей основе сложные кадровые решения. Интеграция кадровых составов – зачастую намного более сложный процесс, чем слияние бухгалтерских балансов. Стратегия должна быть четко мотивированной с тем, чтобы сотрудники понимали доводы в пользу решения о слиянии. Важно найти ответы на их вопросы и донести экономическую или стратегическую необходимость слияния до всех работающих. С тем, чтобы избежать потери устойчивости вследствие текучести кадров, важно своевременно и открыто обсуждать с персоналом вопросы гарантий занятости, новых назначений, перепрофилирования, потребности в новой квалификации. Несколько наиболее сложных вопросов проекта относятся непосредственно к управлению человеческими ресурсами. В следующем параграфе рассматриваются вопросы управления персоналом в проекте слияния/поглощения и, в частности, вопросы мотивации и важности создания корпоративной культуры новой финансовой организации.

Р.П. Булыга

БИЗНЕС КАК ОБЪЕКТ ОЦЕНКИ: ПРИМЕНИМОСТЬ ТРАДИЦИОННЫХ ПОДХОДОВ И МЕТОДОВ

В рыночных условиях движущей силой трансформации объектов собственности является процесс их оценки. Оценка стоимости любого объекта собственности представляет собой упорядоченный, целенаправленный процесс определения величины его обменного эквивалента в определенный момент времени в условиях конкретного рынка для совершения фактической или потенциальной (гипотетической) трансакции.

В современных условиях любой объект собственности может являться источником дохода и объектом рыночной сделки, в том числе таким объектом являются и права собственника. Особый интерес при этом представляет бизнес как процесс получения дохода, как собственность, приносящая доход.

Основу бизнеса, его неотъемлемую суть составляет капитал. Капитал является материальной базой современной экономической системы. Процесс получения дохода предполагает определенные экономические отношения, в том числе отношения собственности. Значит, кроме того, что капитал – это материально-вещественные факторы производства, это также экономические отношения между субъектами процесса создания дохода.

Собственность и капитал формируются и используются в рамках определенных организационных структур – предприятий, организаций, фирм, а также в сфере определенного бизнеса. Поэтому их рыночную оценку производят применительно к конкретной форме существования.

1 БИЗНЕС КАК ОБЪЕКТ ОЦЕНКИ

Для того, чтобы обозначить рамки настоящей статьи, дадим определения терминов, которые в специальной литературе зачастую, без каких-либо комментариев, используются как синонимы понятия «бизнес» при описании объекта оценки, а именно: предпринимательство, организация, фирма, предприятие и др.

Экономическая теория в качестве объекта управления рассматривает фирму как совокупность совершаемых внутрифирменных трансакций, экономическую деятельность. Объектом же экономического анализа, бухгалтерского учета и оценки выступает организация (предприятие, фирма как синоним понятия организация). По сути, частные дисциплины оперируют формальными экономическими и юридическими понятиями, подменяющими сущностные экономические категории объекта управления (табл. 1).

1 Таблица соотнесения понятий бизнес – фирма

Содержание понятия		Форма существования понятия				
		Экономическая форма		Юридическая форма		
Дело (экономическая деятельность)		Организация		Юридическое лицо		
Бизнес (предпринимательство)		Фирма		Коммерческая организация		
Капитал бизнеса		Трансакции бизнеса	Имущественный комплекс	Организационная структура и система полномочий	Предприятие	Юридические права и обязанности
Осязаемый капитал	Не осязаемый капитал					

Для того, чтобы осознать влияние указанных расхождений на методологию оценочной деятельности и других частных экономических дисциплин, а также определиться с терминологией настоящего исследования, остановимся более подробно на характеристике вышеприведенной системы понятий.

1.1 СИСТЕМА ПОНЯТИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ КАТЕГОРИЮ «БИЗНЕС»

Наиболее общим понятием в рассматриваемой системе является термин «дело» («экономическая деятельность») под которым понимается система необходимых ресурсов, деловых отношений и регулярно совершаемых трансакций между участниками, преследующая заданную цель.

В том случае, когда целью «экономической деятельности», «дела» является получение прибыли, ее называют «предпринимательской деятельностью», «предпринимательством», «бизнесом». В экономической литературе и нормативно-правовых актах указанные интерпретации категории «бизнес» («предпринимательская деятельность», «предпринимательство») зачастую используются как синонимы. Так, О.В. Голосов, С.А. Охрименко, А.В. Хорошилов [7], сравнивая производственные отношения, принятые в классической политэкономии (предпринимательство), отношения, используемые как обычаи гражданского оборота в России (предпринимательская деятельность), и деловые отношения между субъектами рыночной экономики (бизнес), пришли к выводу, что они отражают одни и те же общественные явления.

Автор полностью разделяет данную позицию, но при этом, считает, что в указанной триаде термин «бизнес» является более емким, в полной мере отражающим сущность рассматриваемой экономической категории. Термины «предпринимательская деятельность» и «предпринимательство» делают акцент, в основном, на процессе совершаемых целевых трансакций (деятельности).

Так, в соответствии с российским законодательством «предпринимательской деятельностью» является «самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания ус-

луг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке» [1, ст. 2]. Такое определение в большей степени характеризует деятельность, осуществляемую физическим лицом – предпринимателем [19]. Объектом же оценки и экономического анализа является предпринимательская деятельность организованной совокупности людей, определяемая как «бизнес».

В такой интерпретации «бизнес» не равен простой совокупности совершаемых трансакций. Он включает также такое понятие как «капитал». Капитал составляет основу бизнеса, его неотъемлемую суть. Капитал – это богатство, средства производства, факторы производства, т.е. различные материально-вещественные и неовещественные формы инвестированного труда, труда, приносящего доход. Процесс получения дохода предполагает определенные экономические отношения, в том числе отношения собственности. Значит, кроме того, что капитал – это материально-вещественные и неовещественные факторы производства, это также экономические отношения между субъектами процесса создания дохода.

С точки зрения методологии настоящего исследования принципиальным является понимание «бизнеса» как производственного процесса: использования поддающихся измерению затрат для получения поддающегося измерению выпуска. Еще Ф. Махлуп говорил, что в процессе коммерческой деятельности всегда происходит распределение «поддающихся измерению затрат» для получения «поддающегося измерению выпуска». «Произведенные затраты оцениваются на основе предшествующего опыта, т.е. путем сопоставления всех видов продукции, которая могла бы быть произведена вместо действительно полученной продукции. Выпуск оценивается возможностью продать готовую продукцию. Следовательно, нельзя говорить о производстве, если все виды затрат «бесплатны», иначе говоря, если нет оснований «сожалеть» о том, что затраты – человеческая энергия плюс материальные ценности – были распределены именно таким образом, а не иначе. Нельзя говорить о производстве также и тогда, когда выпускаемая продукция никому не нужна – ни тем, кто выпускал ее, ни тем, кто заставил ее выпустить, ни тем, кто имел какое-либо отношение к ее выпуску» [11, с. 66].

Таким образом, под «бизнесом» автор будет понимать систему экономических отношений участников, использующую материальные и нематериальные ресурсы (капитал) для непрерывного производства востребованных благ и создания добавочной стоимости.

1.2 ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ КАТЕГОРИИ «БИЗНЕС»

Экономической формой существования «дела» выступает организация. Один из ведущих специалистов в области теории организации Б.З. Мильнер дал следующее определение: «Организация представляет собой сознательно координируемое социальное образование с определенными границами, которое функционирует на относительно постоянной основе для достижения общей цели или целей» [12, с. 42].

Отличие термина «дело» от понятия «организация», по сути, является различием содержания и формы. «Организация» статична. Она может оставаться полностью неизменной (т.е. быть «организацией») какое-то время. Если же «дело» «встало» (даже на некоторое время), то в этот период «дела» нет. (Река отличается от потока тем, что замерзшая река уже не поток.)

Для того, чтобы «организация» и бурлящее в ее рамках «дело» имели юридическую силу для третьих лиц, осуществляется их юридическое оформление в соответствии с национальным законодательством страны. Так, в соответствии с Гражданским Кодексом РФ «юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде» [1, ст. 48]. Таким образом, по определению, понятие «юридическое лицо» уже понятия «организация» на величину фактически имеющих место, но юридически не оформленных составных элементов «дела». Кроме того, участники «дела» вообще могут юридически не регистрировать свою «организацию».

В соответствии с Гражданским Кодексом РФ юридические лица, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности определяются как «коммерческие организации» [1, ст. 50]. «Коммерческая организация» является юридической интерпретацией экономической формы существования бизнеса – «фирмы». Так, в соответствии с Гражданским Кодексом РФ «юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование» [1, ст. 54]. Рональд Г. Коуз определял фирму, как «группу людей сознательно объединившихся, чтобы реализовать интересы группы» [22, с. 19].

Таким образом, «фирма» – это совокупность участников, сознательно объединившихся для ведения в ее рамках бизнеса и закрепивших свою договоренность в установленной законодательством для коммерческой организации юридической форме.

Необходимость юридического оформления фирмы обусловлена тем, что статус сообщества участников для третьих лиц должен быть официально подтвержден. Для достижения поставленных целей бизнес должен быть индивидуализирован (т.е. узнаваемым, выделяемым в среде себе подобных). Для этих целей существуют формальные признаки (атрибуты) фирмы: особенное название, не повторяющееся в пределах данного регистрационного района; юридический адрес фирмы; торговый знак и торговая марка; эмблема, логотип, герб; рекламный лозунг; штампы, печати, бланки и т.п. Эти формальные атрибуты фирмы нуждаются в регистрации, дабы исключить возможность их использования другими субъектами.

Категория «капитал бизнеса» существует в форме имущества и прав фирмы (имущественного комплекса фирмы). Юридической формой существования «капитала бизнеса» выступает «предприятие». Так, в соответствии с Гражданским кодексом РФ, предприятие является объектом гражданских прав и рассматривается как имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности. Предприятие, как имущественный комплекс, включает все виды имущества, предназначенного для его деятельности, а также принадлежащие ему права [1, ст. 132].

Очевидно, что «капитал бизнеса» объективно шире «предприятия» на величину юридически не признаваемых ресурсов и прав участников (в большей степени нематериальных компонентов капитала бизнеса).

Особо следует отметить, что в специальной литературе и нормативно-правовых актах термин «предприятие» зачастую используется как синоним понятий «фирма» и даже «организация». Так, например, по определению Дж. Хикса: «... предприятием (осуществляющим превращение факторов в продукты) можно назвать обособленную экономическую единицу, функционирование которой не связано с личными потребностями предпринимателя. Оно приобретает производственные факторы и продает продукты; цель предприятия состоит в максимизации разницы в стоимости факторов и продуктов» [25, с. 178]. Клейнер, Тамбовцев и Качалов рассматривали предприятие «... как относительно устойчивую, целостную и ограниченную от окружающей среды самостоятельную социально-экономическую систему, интегрирующую во времени и пространстве процессы производства (реализации) продукции и воспроизводства ресурсов. Связующим звеном между этими процессами и «лицом» фирмы служит ее потенциал – совокупность ресурсов и возможностей, определяющих ожидаемые характеристики ее развития при тех или иных сценариях изменения окружающей среды» [10, с. 20].

Не оспаривая, правомерность вышеприведенных определений, автор, в целях дальнейшего исследования под термином «предприятие» будет понимать юридически закрепленный (и, как следствие, отражаемый в бухгалтерской отчетности организации) капитал бизнеса.

Иллюзию тождества понятий «предприятие», «коммерческая организация», «фирма» на практике создает тот факт, что сделка по купле – продаже «бизнеса» юридически оформляется как передача прав собственности на предприятие как имущественный комплекс. Процесс протекавших трансакций бизнеса, а также не отражаемый на балансе организации неосязаемый капитал бизнеса объективно не может быть предметом юридического договора.

1.3 ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОНЯТИЙ «БИЗНЕС» И «ФИРМА»

Рассмотренное выше соотнесение понятий в большей части является теоретическим упрощением с целью более четкого раскрытия сути происходящих процессов. В реальной жизни соотношение содержания и формы («бизнеса», «фирмы», «коммерческой организации») не столь однозначно.

Применительно к цели настоящего исследования можно выделить следующие типы ситуаций, при которых нельзя напрямую соотносить понятия «бизнес» – «фирма» – «коммерческая организация»:

1) анализируется деятельность коммерческой организации, являющейся многопрофильной фирмой, состоящей из нескольких бизнес-линий (т.е. понятие «бизнес» уже, чем понятия «фирма» – «коммерческая организация»);

2) анализируется бизнес, организационная структура которого, представляет собой сложную систему в виде холдинга, ФПГ или группы взаимосвязанных коммерческих организаций (т.е. понятие «бизнес» шире, чем понятия «фирма» – «коммерческая организация»);

3) анализируется деятельность многопрофильного холдинга, ФПГ или группы взаимосвязанных коммерческих организаций [«бизнес» и «коммерческая организация» представляют собой различные (функциональный и организационный) разрезы одной хозяйственной системы].

Рассмотрим подробнее каждый тип ситуаций.

Бизнес-линия как часть системы «фирма». Многопрофильность коммерческой организации означает, то, что в рамках одного юридического лица (одной организационной структуры) одновременно осуществляется несколько самостоятельных видов предпринимательской деятельности, несколько бизнесов. В специальной литературе [6, 23 и др.] эти виды деятельности принято называть бизнес-линиями фирмы.

Бизнес-линия (в широком смысле слова) – это совокупность прав собственности, достаточно долгосрочных привилегий и конкурентных преимуществ, специального (по возможному применению) и универсального имущества, технологий, а также контрактов, которые обеспечивают возможность получать определенные доходы (поток доходов – cash-stream).

В таком широком смысле слова бизнес-линию называют еще продуктовой линией. В инвестиционном анализе бизнес-линию именуют также инвестиционным проектом, который может находиться на различных стадиях своего жизненного цикла.

Бизнес-линия (в узком смысле слова) – это совокупность контрактов (особенно договорных), включая лицензии на вид деятельности и на технологии, которые являются ключевыми (так называемые закупочные и сбытовые линии бизнеса) для обусловленного ими потока денег. Предметом оценки в данном понимании бизнес-линии может выступать даже отдельный долгосрочный контракт, позволяющий регулярно получать определенные дополнительные доходы или регулярно иметь определенную экономию на затратах.

Авторы [23] считают, что деления предприятия на бизнес-линии и последующая оценка этих бизнес-линий выполняет следующие задачи:

а) оценить целиком одно продуктивную фирму, цена которой совпадает с оценкой его единственной бизнес-линии;

б) оценить рыночную стоимость инвестиционного проекта, совпадающего с рассматриваемой бизнес-линией;

в) определить ориентировочную обоснованную максимальную стартовую цену, по которой держателю составляющих бизнес-линий контрактов можно продать третьим лицам свою контрактную позицию (права по контракту) в форме контрактной цессии;

г) оценить все бизнес-линии, чтобы суммой их стоимости (плюс рыночная стоимость нефункционирующих активов) охарактеризовать подлинную рыночную стоимость данного предприятия как постоянно действующего.

Соглашаясь с данным мнением, применительно к цели настоящего исследования можно сделать следующие выводы.

«Элементарной частицей» для проведения оценки бизнеса является бизнес-линия (в широком смысле слова) как частный случай действующей (одно продуктовой) фирмы. Все принципиальные проблемы, являющиеся предметом настоящего исследования могут быть в полной мере рассмотрены применительно к данному объекту. Указанное сужение объекта оценки, по нашему мнению, упростит процесс исследования без ущерба для сути рассматриваемых проблем. Последующее определение стоимости многопрофильной фирмы (коммерческой организации) при применении концепции бизнес-линий как «элементарных частиц» является чисто технической задачей суммирования. Корректность полученных таким образом данных полностью зависит от правильности «размежевания» бизнес-линий, достоверности и объективности раздельного учета результатов деятельности по каждой из них (в том числе исключая возможность двойного счета). Эти вопросы являются предметом специального исследования, выходящего за рамки настоящей работы. В своем исследовании автор будет исходить из предположения, что обозначенные проблемы решены и, следовательно, суммарный результат деятельности многопрофильной фирмы является производной от результатов функционирования объединенных в ней бизнес-линий.

Бизнес в форме сложной организационной структуры. Для ведения бизнеса (осуществления одного функционально взаимосвязанного вида предпринимательской деятельности) собственниками может быть принято решение учредить не одну коммерческую организацию, а группу взаимосвязанных юридических лиц (в том числе в виде классического холдинга или финансово-промышленной группы). Предположим, что самостоятельные юридические лица учреждаются для выполнения отдельных функ-

ций единого бизнес-процесса, осуществляемого указанным объединением (например, кредитное учреждение осуществляет расчетно-кассовое и банковское обслуживание только членов своей финансово-промышленной группы и только в рамках данного бизнеса). В этом случае, можно считать, что речь идет о бизнесе, осуществляемом в форме сложной организационной структуры, состоящей из группы коммерческих организаций.

В данном случае, с точки зрения проблем методологии оценки объекта собственности, такая (групповая) организационная форма осуществления бизнеса принципиально ничем не отличается от сложной иерархической (дивизионы, департаменты, отделы, службы и т.п.) структуры организации этого же бизнеса в рамках одного юридического лица. Все различие состоит в том, что в первом случае отдельных функций единого бизнес-процесса выполняют структуры, выделенные в самостоятельные юридические лица, а во втором – подразделения одного юридического лица.

Проблемы сопоставимости учетных принципов, составления консолидированной отчетности, объективно исключаящей внутригрупповые обороты, и другие аспекты корректности исходной информации для проведения оценки стоимости группы компаний, являются предметом специального исследования, выходящего за рамки настоящей работы. Автор исходил из предположения, что обозначенные проблемы решены. Следовательно, методика определения стоимости бизнеса такой группы фирм, принципиально, ни чем не отличается от методики определения результата деятельности одно продуктовой коммерческой организации.

Многопрофильная сложная организационная структура. Рассмотренный выше вариант четко однопрофильной группы коммерческих организаций имеет скорее теоретический, чем практический интерес. Реально, на практике, холдинги и ФПГ создаются для осуществления нескольких видов деятельности (различных бизнесов). Многопрофильная (сложная) организационная структура имеет место и в случае, если предприятия группы, изначально созданные для выполнения только определенных функций внутри единого бизнес-процесса, начинают осуществлять какие-то виды деятельности «вне системы». Причины могут быть самые разные: повышение эффективности деятельности отдельно взятой фирмы, изменение целей и др.

С точки зрения цели настоящего исследования, данная ситуация принципиально существенно не отличается от рассмотренных выше. Как мы уже выяснили, сложность организационной структуры бизнеса (группа фирм или подразделения внутри юридического лица) не оказывает существенного влияния на методику определения результатов его функционирования. Следовательно, данная ситуация (многопрофильная группа коммерческих организаций) фактически сводится к ситуации первого типа (многопрофильная фирма).

Подводя итог рассмотрению типов ситуаций взаимосвязи понятий «бизнес» – «фирма» – «коммерческая организация» можно сделать вывод, что проблемы определения стоимости объекта собственности, могут быть в значительной степени (без ущерба для сути исследования) рассмотрены применительно к бизнес-линии моно профильной фирмы как элементарной частицы оценочного процесса.

Таким образом, в дальнейшем в качестве объекта оценки автор будет рассматривать бизнес, осуществляемый в форме моно профильной фирмы (коммерческой организации).

2 ОБЩАЯ СИСТЕМА СТАНДАРТОВ СТОИМОСТИ, ПОДХОДОВ И МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ОБЪЕКТОВ СОБСТВЕННОСТИ

2.1 СТАНДАРТЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ОБЪЕКТОВ СОБСТВЕННОСТИ

В методологии оценки объектов собственности используются следующие стандарты стоимости, имеющие отношение к категории «бизнес».

Обоснованная рыночная стоимость – цена, выраженная в денежных средствах или денежном эквиваленте, по которой собственность перешла бы из рук продавца в руки покупателя при их взаимном стремлении, достаточной информированности обо всех имеющих отношение к сделке фактах. Синонимы: рыночная стоимость, денежная стоимость. Так, в соответствии с [3, п. 3] *рыночная стоимость объекта оценки* – наиболее вероятная цена, по которой объект оценки может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величине цены сделки не отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства.

Инвестиционная стоимость – стоимость, для конкретного инвестора исходя из его индивидуальных намерений. Это персонифицированная стоимость в отличие от обезличенной (гипотетической) рыночной стоимости, не зависящей от конкретного инвестора.

Рыночная стоимость и инвестиционная стоимость являются двумя различными понятиями, хотя в зависимости от определенных условий их величины иногда могут совпадать. Причинами несовпадения инвестиционной стоимости для одного конкретного владельца от обоснованной рыночной стоимости могут быть:

- а) различия в оценках будущей прибыльности;
- б) различия в представлениях об уровне риска;
- в) различия в налоговом статусе;
- г) синергетический эффект, связанный с другими находящимися в собственности или контролируемые видами деятельности.

Внутренняя (фундаментальная) стоимость – является результатом аналитических суждений, основанных на выявленных внутренних характеристиках инвестиций. Это субъективная стоимость. Для ее определения аналитику необходимо использовать свои собственные знания, жизненный опыт и профессиональное мастерство. Как следствие, оценки внутренней стоимости у различных аналитиков будут различны.

Финансовый менеджер оценивает внутреннюю стоимость путем тщательного анализа фундаментальных факторов:

- а) стоимости активов;
- б) вероятной будущей прибыли;
- в) вероятных будущих дивидендов (дивидендной политики);
- г) вероятных будущих темпов роста фирмы (бизнеса).

Понятие *стоимость действующего предприятия* является не стандартом стоимости, а допущением относительно состояния организации. Она означает лишь то, что фирма или вид деятельности оценивается как жизнеспособная функционирующая хозяйственная единица, имеющая собственные активы, постоянную рабочую силу, осуществляющая деловые операции, и не находящаяся под непосредственной угрозой прекращения работы.

Исходя из этого, на практике определяют:

- 1) внутреннюю стоимость действующего предприятия (бизнеса);
- 2) рыночную стоимость действующего предприятия (бизнеса);
- 3) инвестиционную стоимость действующего предприятия (бизнеса).

Ликвидационная стоимость предприятия представляет собой прямую противоположность стоимости действующего предприятия. Она означает чистую сумму, которую собственник может получить при ликвидации компании и раздельной продаже ее активов.

2.2 СИСТЕМА ПОДХОДОВ И МЕТОДОВ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ОБЪЕКТОВ СОБСТВЕННОСТИ

Существующие на сегодняшний день стандарты оценки предусматривают три обязательные подхода при определении стоимости объектов собственности: доходный, сравнительный и затратный. При этом в соответствии с [3, п. 18] оценщик вправе самостоятельно определять в рамках каждого из выше названных подходов конкретные методы оценки, под которыми понимается способ расчета стоимости объекта оценки в рамках одного из подходов [3, п. 6]. Исходя из этого в [3, п. 5] доходный подход определяется как совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на определении ожидаемых доходов от объекта оценки. Сравнительный подход – совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на сравнении объекта оценки с аналогичными объектами, в отношении которых имеется информация о ценах сделок с ними. Затратный подход – совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на определении затрат, необходимых для восстановления либо замещения объекта оценки, с учетом его износа.

Таким образом, с точки зрения временной характеристики исходной информации можно сказать, что доходный подход позволяет определить стоимость бизнеса, прогнозируя его будущие показатели; сравнительный подход позволяет определять стоимость объекта собственности в настоящий момент времени; затратный же подход опирается на анализ прошлого накопления предприятием активов.

Большинство зарубежных и отечественных специалистов в области оценки [6, 8, 13 – 18, 21 и др.] выделяют следующую систему подходов и методов оценки объектов собственности (табл. 2).

Подходы и методы – это разные способы расчета одной и той же величины (стоимости объекта оценки) применяемые в зависимости от доступности исходной информации для оценки. В целом все три подхода взаимосвязаны. Каждый из них позволяет подчеркнуть определенные характеристики объекта. Во многих случаях каждый из трех подходов может быть использован для проверки оценки стоимости, полученной с помощью других подходов. Так, если подходы измерения оценки бизнеса, основанные на рыночных данных (метод компании

2 Система подходов и методов оценки объектов собственности

Подходы	Методы оценки
1 Доходный подход (экономический)	1.1 МЕТОД ДИСКОНТИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ (ОЖИДАЕМОЙ ПРИБЫЛИ). 1.2 Метод капитальных активов
2 Сравнительный подход (экспертный)	2.1 МЕТОД РЫНКА КАПИТАЛОВ (МЕТОД КОМПАНИИ АНАЛОГА; МЕТОД МУЛЬТИПЛИКАТОРОВ). 2.2 Метод сделок (метод сравнительного анализа продаж). 2.3 Метод отраслевых коэффициентов (метод «большого пальца»)
3 Затратный подход (бухгалтерский)	3.1 МЕТОД НАКОПЛЕНИЯ АКТИВОВ. 3.2 Метод чистых активов. 3.3 Метод стоимости замещения. 3.4 Метод восстановительной стоимости. 3.5 МЕТОД РАСЧЕТА ЛИКВИДАЦИОННОЙ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ. 3.6 Метод расчета стоимости компании с ликвидируемым бизнесом

АНАЛОГА) И ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКАХ, ДАЮТ ВЕЛИЧИНУ СТОИМОСТИ ЗНАЧИТЕЛЬНО НИЖЕ, ЧЕМ ПОДХОД, ОСНОВАННЫЙ НА ОЦЕНКЕ АКТИВОВ (МЕТОД НАКОПЛЕНИЯ АКТИВОВ), ЭТО СВИДЕТЕЛЬСТВУЕТ О НАЛИЧИИ БОЛЬНОГО БИЗНЕСА ИЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОМ УСТАРЕВАНИИ. КОГДА ЖЕ СТОИМОСТЬ ПО РЫНОЧНОМУ ИЛИ ДОХОДНОМУ МЕТОДУ ПРЕВОСХОДИТ ВЕЛИЧИНУ ЗАМЕЩЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ, ЭТО ОЗНАЧАЕТ, ЧТО У ОРГАНИЗАЦИИ ЕСТЬ ТАК НАЗЫВАЕМЫЙ «ГУДВИЛЛ» (ХОРОШАЯ РЕПУТАЦИЯ) И НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ.

Считается, что доходный подход является основным при оценке бизнеса [6, с. 21; 8, с. 63 и др.]. В то же время другие подходы выполняют роль индикатора корректности полученного результата. При этом имущественный (затратный) подход может быть адекватен определению стоимости предприятия как действующего только в случаях, если оцениваемое предприятие [6, с. 21 – 23]:

- 1) относится к категории финансовых компаний с преобладающей долей финансовых активов;
- 2) имеет повышенную долю нематериальных активов, которые ценны лишь тогда, когда они используются, т.е. когда предприятие будет действовать.

Результаты опросного исследования, проведенного Российским клубом оценщиков за период с 21.04.2000 по 23.08.2000, показали, что среди российских практиков оценочной деятельности различные методы пользуются неодинаковой степенью популярности [31]:

- метод ДДП (доходный подход) – 30 %;
- затратный подход – 28 %;
- метод капитальных активов (доходный подход) – 18 %;
- метод рынка капиталов (сравнительный подход) – 10 %;
- метод сделок (сравнительный подход) – 8 %;

- метод отраслевых коэффициентов (сравнительный подход) – 5 %;
- опционные методы оценки – 1 %.

3 ДОХОДНЫЙ ПОДХОД

3.1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДОХОДНОГО ПОДХОДА

Доходный подход состоит в том, чтобы определить стоимость бизнеса на основе тех доходов, которые он способен в будущем принести своему владельцу (владельцам). Действует принцип: за бизнес заплатят по максимуму столько, сколько он сможет принести дохода (полезности) покупателю. Капиталовложения, сделанные ранее в бизнес прежним владельцем, не имеют, таким образом, отношения к цене бизнеса.

С использованием методов доходного подхода могут рассчитываться рыночная, инвестиционная и внутренняя стоимость действующего предприятия (бизнеса).

Применяя доходный подход, оценивают стоимость бизнеса в представлении того инвестора, который имеет или будет иметь 100%-й контроль над данной организацией. Оценивать фирму по ее будущим доходам разумно лишь для того, кто в состоянии в любых формах изъять из бизнеса заработанные им доходы.

Доходный подход дает возможность учесть:

- с одной стороны, при расчете ставки дисконтирования – знание текущего состояния и прогноза состояния макроэкономики страны и положения дел в отрасли, а также условия финансирования конкретной фирмы и ее политику в получении и предоставлении кредитов;
- с другой стороны, при расчете денежного потока – все многообразие факторов, влияющих на денежный поток, приносимый бизнесом: прибыль, издержки (включая амортизацию), политику в отношении капитальных вложений и привлечения кредитов; порядок оплаты произведенной продукции; налоговую среду и т.д.

Для реализации доходного подхода требуется, во-первых, построение модели будущего денежного потока и, во-вторых, определение текущей стоимости этого будущего денежного потока с учетом изменения стоимости денег во времени (достигается путем применения специальной величины, называемой ставкой дисконтирования).

Доходный подход предполагает рассмотрение оцениваемой фирмы в качестве бизнес-линий.

Бизнес-линия, или продуктовая линия представляет совокупность [6, с. 109]:

- 1) сбытовых (по реализуемому продукту) и закупочных (по покупным ресурсам для него) линий, имеющих у предприятия (контрактов на сбыт и закупки);
- 2) доступных ему технологий выпуска продукта;
- 3) имущества, необходимого для ведения бизнеса;
- 4) обученного персонала, право на наем которого как-либо закреплено за предприятием.

Общая идея определения стоимости бизнеса на основе бизнес-линий заключается в том, что текущая остаточная стоимость бизнеса равна сумме текущих стоимостей ожидаемых доходов по каждой бизнес-линии. При этом стоимость бизнес-линии определяется по формуле [6, с. 116 – 117]:

$$Ц_{\text{бл}} = \sum_{t=1}^n D_t / (1+i), \quad (1)$$

где $Ц_{\text{бл}}$ – стоимость бизнес-линии на момент оценки; D_t – доход в определенный период времени (год, квартал, месяц); i – ставка дисконтирования; t – порядковый номер отчетного периода; n – количество отчетных периодов.

Финансовый смысл дисконтирования ожидаемых от бизнеса денежных потоков таков, что в результате дисконтирования (умножения на ставку дисконта) они уменьшаются на те суммы, которые инвестор мог бы заработать к моменту получения этого денежного потока, если бы он свои средства вложил сейчас не в данный бизнес, а в некий иной общедоступный инвестиционный актив типа банковского депозита. Если рассматривать ставку дисконта со стороны организации как самостоятельного юридического лица, обособленного и от собственников (акционеров), и от кредиторов, то можно определить ее как стоимость привлечения фирмой капитала из различных источников [14, с. 115].

Ставка дисконта представляет собой коэффициент эффективности вложений капитала, достижение которого ожидает инвестор при принятии решения о приобретении будущих доходов с учетом риска их получения. Под риском понимается степень оправданности ожиданий получения будущих доходов.

Таким образом, в роли ставки дисконта выступает требуемая инвесторами ставка дохода на вложенный капитал в сопоставимых по уровню риска объекты инвестирования, другими словами – это требуемая ставка дохода по имеющимся альтернативным вариантам инвестиций с сопоставимым уровнем риска на дату оценки.

3.2 МЕТОДЫ УЧЕТА РИСКОВ В ДОХОДНОМ ПОДХОДЕ

Понятие риска бизнеса (а соответственно и ставки дисконтирования доходов) является одним из основных постулатов доходного подхода.

Под *рисками бизнеса* понимается мера нестабильности ожидаемых от бизнеса доходов. Эти риски могут быть измерены колеблемостью доходов от бизнеса в отдельные годы (кварталы, месяцы) его продолжения по сравнению со средней в год (квартал, месяц) ожидаемой от бизнеса величины дохода.

Конкретным измерителем рисков бизнеса обычно выбирается показатель среднеквадратического отклонения σ дохода y_t с рубля вложений в бизнес, который наблюдался в прошлом в отдельные годы (кварталы, месяцы), от средней в год (квартал, месяц) доходности y_{cp} инвестиций за анализируемую ретроспективу (прошлый период длительностью в k лет, кварталов, месяцев; число $t = 1, 2, 3, \dots, k$ показывает, на сколько периодов от настоящего момента удален в прошлом год, квартал или месяц, для которого берется величина y_t) [6, с. 170 – 171]:

$$\sigma = \sqrt{\sum_{t=1}^k (y_t - y_{cp})^2 / k}. \quad (2)$$

Все риски бизнеса могут быть разделены на две группы: систематические и несистематические риски.

Систематические риски – это внешние риски бизнеса (риски системы, где работает бизнес): риски конкуренции, нестабильного платежеспособного спроса и др. Систематические риски бизнеса присущи профильному продукту оцениваемой фирмы, который в свою очередь определяет его отраслевую принадлежность.

Несистематические риски – это внутренние риски бизнеса, определяемые характером («стилем») управления фирмой и связанные с тем, что менеджмент организации нацелен на получение от бизнеса в среднем более высоких доходов за счет допущения их большей вариабельности в отдельные годы.

В отечественной специальной литературе по оценке бизнеса [6, с. 163; 8, с. 71; 14, с. 115 и др.] выделяют следующие альтернативные способы учета рисков бизнеса в доходном подходе.

I Метод сценариев.

II Специальные корректировки ставки дисконтирования:

1) для денежного потока для собственного капитала:

б) модель оценки капитальных активов (САРМ);

в) метод кумулятивного построения;

2) для денежного потока для всего инвестированного капитала:

а) модель средневзвешенной стоимости капитала (WACC).

III Эвристические методы.

Метод сценариев. Метод сценариев предполагает учет рисков бизнеса посредством корректировки самих прогнозируемых денежных потоков.

Все ожидаемые показатели, составляющие в формуле денежного потока суммарную прогнозируемую величину денежного потока в каждом будущем периоде t , согласно этому методу, должны корректироваться на вероятность проявления в будущем именно данного значения соответствующего показателя. Эта вероятность оценивается субъективно, экспертно, но на основе наблюдаемых минимальных документированных маркетинговых или иных исследований. Окончательные величины рассматриваемых показателей исчисляются как взвешенные на вероятности альтернативных их значений суммы этих значений.

В качестве ставки дисконта для любого бизнеса берут номинальную безрисковую ставку доходности R . Риски же конкретного бизнеса (проекта) сказываются только на изменении величины заклады-

ваемых в расчет ожидаемых по проекту денежных потоков и не отражаются на используемой ставке дисконта.

Формула Фишера позволяет выразить норму безрискового дохода с рубля инвестиций R через реальную ставку безрискового дохода r (ее еще иногда называют реальной безрисковой ставкой ссудного процента) и инфляционные ожидания s :

$$R = r + s + r s. \quad (3)$$

Темп ожидания инфляции s в среднем за период, остающийся до конца полезной жизни бизнеса n может быть взят из официального прогноза ожидаемой инфляции, который объявляется правительством и закладывается в проект государственного бюджета.

В качестве реальной безрисковой ставки ссудного процента r в условиях РФ различные авторы [6, с. 126; 14, с. 116; 26, с. 131 и др.] предлагают:

- рыночную ставку доходности по наиболее краткосрочным государственным облигациям;
- ставку рефинансирования ЦБ РФ;
- ставку по валютным депозитам в Сбербанке РФ;
- норму дохода по валютным депозитам коммерческих банков.

Метод сценариев предписан нормативно [2] в качестве обязательного при составлении технико-экономического обоснования проектов, по которым предполагается прямое государственное финансирование проекта.

Упрощенная модификация метода сценариев предполагает выделение трех сценариев: пессимистического (максимальные риски; минимальные суммы), оптимистического (минимальные риски; максимальные суммы) и наиболее вероятного.

Тогда, опираясь на известное в математической статистике «правило шести сигм», получаем:

$$ДП_t = (ДП_{t \text{ песс}} + 4ДП_{t \text{ н.в}} + ДП_{t \text{ опт}}) / 6, \quad (4)$$

где $ДП_t$ – итоговый прогнозируемый денежный поток; $ДП_{t \text{ песс}}$ – прогнозируемый денежный поток (по пессимистическому сценарию); $ДП_{t \text{ н.в}}$ – прогнозируемый денежный поток (по наиболее вероятному сценарию); $ДП_{t \text{ опт}}$ – прогнозируемый денежный поток (по оптимистическому сценарию).

Модель оценки капитальных активов (САРМ). В соответствии с моделью оценки капитальных активов (САРМ), предложенной Sharpe [29] и Lintner [28], ожидаемая норма прибыли на любой конкретный вид капитальных активов складывается из двух составляющих: нормы прибыли на безрисковый актив и премии за принятый риск данного вида активов:

$$i = R + \beta (R_m - R), \quad (5)$$

где i – ставка дисконта; R – номинальная безрисковая ставка; R_m – среднерыночная доходность с рубля инвестиций на фондовом рынке;

β – коэффициент, указывающий на меру относительного систематического риска инвестирования в оцениваемый бизнес по сравнению с риском капиталовложений в любой средне рискованный бизнес.

Среднерыночная ставка дохода представляет собой среднерыночный индекс доходности и рассчитывается на основе долгосрочного анализа статистических данных в соответствии с гипотезой о детерминированности или взаимосвязанности цен на акции с искомой фундаментальной стоимостью предприятия [например, индексы акций: NASDAQ (США), РТС (Россия) и др.].

Коэффициент β является мерой рыночного или недиверсифицируемого риска и отражает тенденцию движения доходности актива вместе с рынком. Коэффициент бета для рынка в целом равен 1. Стало быть, если у какой-то компании $\beta = 1$, это значит, что колебания ее общей доходности полностью коррелируют с колебаниями доходности рынка в целом, ее систематический риск равен среднерыночному. Общая доходность компании, у которой $\beta = 1,5$, будет изменяться на 50 % быстрее доходности рынка. Например, если среднерыночная доходность акции снизится на 10 %, общая доходность данной компании упадет на 15 %.

Рассчитывается коэффициент β исходя из амплитуды колебания цены акций конкретного предприятия по сравнению с общей доходностью фондового рынка в целом. Если понимать под рисками бизнеса нестабильность доходов с инвестированных в него средств, то β можно рассчитать как отношение меры нестабильности дохода с вложенного рубля в оцениваемый бизнес σ к мере нестабильности дохода с рубля, вложенного на всем фондовом рынке (σR_m) [6, с. 179]:

$$\beta = \sigma / \sigma R_m. \quad (6)$$

В мировой практике коэффициенты β обычно рассчитываются специализированными фирмами и публикуются в ряде финансовых справочников и в некоторых периодических изданиях, анализирующих фондовые рынки, таких как Barra, Bloomberg, Datastream, Merrill Lynch и др. В России первой стала публиковать значение коэффициентов β информационная фирма АК&М [32].

Часто базовая формула модели оценки капитальных активов (5) дополняется еще тремя элементами и выглядит так:

$$i = R + \Omega_1 + \Omega_2 + \Omega_3 + \beta (R_m - R), \quad (7)$$

где Ω_1 – дополнительная премия за риск инвестирования в малый бизнес (недостаточный доступ к кредитным ресурсам ввиду малой имущественной базы, небольшое число клиентов и др.); Ω_2 – дополнительная премия за риск инвестирования в закрытую компанию (поправка на закрытый характер бизнеса); Ω_3 – дополнительная премия за страновой риск (риск ненадежности прав собственности, нестабильности законодательства, экономического спада и др.). Вводится в расчет только при оценке ставки дисконта применительно к иностранным инвесторам. Для отечественных предприятий этот риск уже заложен в R .

В отношении Ω_1 и Ω_2 сложился широко признаваемый инвестиционный обычай, согласно которому они могут назначаться (экспертно) в интервале примерно до 5/6 наблюдающейся в стране инвестирования безрисковой ставки процента R , т.е. до 5 % при среднемировой безрисковой ставке дохода в 6 % [6, с. 183 – 185]. При назначении Ω_3 единственное, на что можно ориентироваться – это рейтинги страновых рисков (а также кредитных рисков) страны инвестирования, которые выставляются ведущими в мире рейтинговыми компаниями типа компании «Standard and Poor's» [6, с. 183 – 185]. В международных экономических расчетах риск инвестирования в российские предприятия (становой риск Ω_3) обычно устанавливается в размере 7 %.

Недостатками метода оценки капитальных активов состоят в следующем:

- 1) он не учитывает индивидуальных предпочтений к рискам разных инвесторов;
- 2) эта модель учитывает в основном только систематические риски бизнеса;
- 3) учет рисков производится в расчете на инвесторов, которые будут держать свои средства в рассматриваемом бизнесе одинаковое время (длительностью k , из расчета которой определяется коэффициент β).

Практическое применение модели оценки капитальных активов в отечественных условиях может быть затруднено недостаточной развитостью фондового рынка, а также сложностями в нахождении информации как по доходам с акций ведущих аналогичный бизнес открытых компаний, так и по показателю R_m .

Метод кумулятивного построения ставки дисконтирования используется тогда, когда риски бизнеса (наблюдаемая колеблемость доходов с него) вызываются, прежде всего, несистематическими рисками оцениваемого бизнеса. Признаком этого является то, что доходы с бизнеса фактически сильно колеблются (величина показателя σ превышает 20 – 30 %), а коэффициент β , характерный для отрасли, в которой специализируется компания, незначительно больше или даже меньше единицы. Непременное условие использования данного метода – необходимость предварительно доказать, что несистематические риски действительно являются в оцениваемом бизнесе главными и что именно они определяют наблюдаемую либо ожидаемую колеблемость доходов от этого бизнеса. Подобное доказательство может строиться на том, что колеблемость доходов от бизнеса σ сопровождается тем, что коэффициент β по профильной для бизнеса отрасли в стране или в мире невысок (незначительно больше единицы или даже меньше единицы). Тогда действительно объяснять колеблемость доходов с бизнеса можно только преобладающим влиянием на нее несистематических рисков. Если же складывается обратная ситуация, то применение метода кумулятивного построения ставки дисконта некорректно и следует использовать модель оценки капитальных активов или иные подходы.

Базовая формула модели кумулятивного построения выглядит так [6, с. 187]:

$$i = R + \Omega_1 + \Omega_2 + \Omega_3 + \sum \Omega_j, \quad (8)$$

где $j = 4, \dots, J$ – множество учитываемых в данном бизнесе факторов несистематического риска; Ω_j – премия за отдельный несистематический риск по фактору риска с номером j . Выводится на основе эмпирических сведений.

Обычно в числе факторов несистематического риска бизнеса определяют следующие показатели [6, с. 187 – 188, 193; 8, с. 71; 14, с. 127]:

- 1) повышенная доля постоянных расходов в операционных издержках фирмы (операционный леве-редж);
- 2) повышенная доля долгосрочной задолженности в структуре капитала (финансовый леве-редж);
- 3) качество менеджмента;
- 4) наличие ключевой фигуры в менеджменте (как предпосылка обострения так называемой «агент-ской проблемы»);
- 5) недостаточная финансовая устойчивость бизнеса;
- 6) недостаточная диверсификация продукции (хозяйственной деятельности) предприятия;
- 7) недостаточная диверсификация рынков сбыта;
- 8) недостаточная диверсификация источников приобретения покупных ресурсов (включая труд).

Все перечисленные риски, будучи несистематическими, характеризуют не рискованность бизнеса как рода деятельности, а рискованность управления предприятием, ведущим бизнес.

Премии за отдельные несистематические риски Ω_j находятся в интервале до $5/6$ от номинальной безрисковой ставки R , которая присуща стране инвестирования.

Показатель операционного леве-реджа представляет собой меру чувствительности (эластично-сти) доходов от бизнеса к изменению (особенно к уменьшению) объема реализации. Риск операци-онного леве-реджа повышается при значительных абсолютных размерах постоянных расходов в операционных издержках фирмы. Операционный леве-редж рассчитывается по формуле [6, с. 191]:

$$\text{ОЛ} = [(D_1 - D_0) / D_0]_{\text{cp}} / [(B_1 - B_0) / B_0]_{\text{cp}}, \quad (9)$$

где ОЛ – операционный леве-редж; D_1, D_0 – годовой (квартальный, месячный) доход от бизнеса соответ-ственно на конец и начало каждого из предшествующих периодов; $[(D_1 - D_0) / D_0]_{\text{cp}}$ – среднее годовое (квартальное, месячное) изменение (в долях единицы) дохода от бизнеса (например, операционной при-были предприятия) за ряд предшествующих периодов; B_1, B_0 – годовая (квартальная, месячная) выручка от продаж соответственно на конец и начало каждого из предшествующих периодов; $[(B_1 - B_0) / B_0]_{\text{cp}}$ – среднее годовое (квартальное, месячное) изменение (в долях единицы) выручки (объема реализации) по оцениваемому бизнесу за ряд предшествующих периодов.

В показателе финансового рычага различают доход от бизнеса для предприятия, которое его ведет, и для владельцев предприятия. Финансовый леве-редж (рычаг) рассчитывается по формуле [6, с. 190]:

$$\text{ФР} = [(Y_1 - Y_0) / Y_0]_{\text{cp}} / [(D_1 - D_0) / D_0]_{\text{cp}}, \quad (10)$$

где ФР – финансовый рычаг; D_1, D_0 – годовой (квартальный, месячный) доход от бизнеса соответ-ственно на конец и начало каждого из предшествующих периодов; $[(D_1 - D_0) / D_0]_{\text{cp}}$ – среднее годовое (квар-тальное, месячное) изменение (в долях единицы) дохода от бизнеса (например, операционной прибыли предприятия) за ряд предшествующих периодов; Y_1, Y_0 – годовой (квартальный, месячный) доход ак-ционеров с осуществляющего бизнес предприятия соответственно на конец и начало каждого из пред-шествующих периодов; $[(Y_1 - Y_0) / Y_0]_{\text{cp}}$ – среднее годовое (квартальное, месячное) изменение (в долях единицы) дохода с осуществляющего бизнес предприятия, который получают акционеры (владельцы обыкновенных акций) за ряд предшествующих периодов (в виде дивидендов, повышения цен на акции).

Модель средневзвешенной стоимости капитала. Модель средневзвешенной стоимости капитала ($WACC$) применяется, если оценка производится для дохода или денежного потока всего инвестированного капитала:

$$\text{Ц}_6 = (P + Z) / WACC, \quad (11)$$

где Ц_6 – цена фирмы (бизнеса); $WACC$ – цена капитала; P – чистая прибыль бизнеса; Z – издержки на обслуживание заемного капитала.

Суть модели состоит в том, что ставка дисконта для оценки бизнеса сводит ставки дохода на собственный и заемный капиталы к средней с помощью весов, равных соответствующим долям собственных и заемных средств в структуре финансирования предприятия.

$$WACC = R_d (1 - N) M + i (1 - M), \quad (12)$$

где $WACC$ – средневзвешенная стоимость капитала; R_d – стоимость привлечения заемного капитала (% по кредитам); i – стоимость привлечения акционерного капитала (коэффициент дисконтирования для собственного капитала); N – ставка налога на прибыль предприятия; M – доля заемного капитала в структуре капитала предприятия.

Стоимость заемного капитала равна процентам по кредитам, которые предприятие выплачивает исходя из текущих кредитных ставок. Средняя действительно уплаченная процентная ставка определяется как частное от деления расходов на выплату процентов на среднегодовую сумму задолженности, на которую начисляются эти проценты [4, с. 537].

Актуальность использования модели средневзвешенной стоимости капитала для России обусловлена тем, что в условиях отечественной экономики невозможно исходить из постулатов теоремы Модильяни – Миллера (ММ). В соответствии с теоремой ММ в условиях эффективного рынка капитала стоимость фирмы не зависит от структуры ее капитала (стоимость не зависит от финансирования). Но теорема работает в условиях эффективного рынка капитала. Банковская же маржа (разница между кредитной и депозитной ставками, т.е. между ставками заимствования и ссужения) в нашей стране достигает 10 – 15 % кредитной ставки (в отдельных регионах РФ – до 20 %), в то время как в странах со стабилизированными финансами, для которых выводилась теорема ММ, эта маржа колеблется в интервале 3 – 5 % кредитной ставки [6, с. 143 – 147].

Эвристические методы определения ставки дисконтирования. Эвристические методы заключаются в том, что ставка дисконтирования (i) определяется оценщиком интуитивно на базе «здравого смысла». Проведенное опросное исследование среди профессиональных оценщиков и инвестиционных аналитиков ряда крупных международных и отечественных финансовых институтов и консалтинговых фирм, занимающихся инвестиционной деятельностью и регулярно использующих доходный метод при анализе стоимости компаний, эмпирически подтвердило гипотезу о доминировании эвристических методов в условиях современной российской экономики. Так, подавляющее большинство специалистов (75 %) обосновывает используемые ставки дисконтирования в своих финансовых моделях не с помощью обсужденных классических аналитических методик, а эвристически, называя ставки в диапазоне 14 – 20 % годовых в валюте как адекватные риску вложения в акции крупных российских предприятий [31].

3.3 МЕТОД ДИСКОНТИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

Определение стоимости бизнеса методом дисконтирования денежных потоков (ДДП) основано на предположении о том, что потенциальный инвестор не заплатит за данный бизнес сумму, большую, чем текущая стоимость будущих доходов от этого бизнеса. Собственник не продаст свой бизнес по цене ниже текущей стоимости прогнозируемых будущих доходов. В результате взаимодействия стороны придут к соглашению о рыночной цене, равной текущей стоимости будущих доходов.

Данный метод оценки считается наиболее приемлемым с точки зрения инвестиционных мотивов, поскольку любой инвестор, вкладывающий деньги в действующее предприятие, в конечном счете покупает не набор активов, а поток будущих доходов. С этой точки зрения все фирмы, к каким бы отраслям экономики они не принадлежали, производят всего один вид продукции – деньги.

При анализе с помощью метода ДДП свободные денежные потоки подробно рассчитываются для первых нескольких лет, как правило, пяти, но обязательно охватывающих хотя бы один деловой цикл бизнеса. Вместо остающихся лет (по определению – до бесконечности) берут некую сумму, равную так называемой «терминальной стоимости»:

$$Ц_6 = \sum ДП_i / R_i + W_{term} / R_n, \quad (13)$$

где $Ц_6$ – обоснованная рыночная стоимость действующего предприятия (бизнеса); $ДП_i$ – денежный поток в период i (i измеряется от 1 до n); R_i, R_n – ставка дисконтирования к сегодняшнему дню денежных средств или стоимости ($R, i, WACC$), полученных соответственно в период i и n ; W_{term} – терминальная стоимость или стоимость предприятия на конец периода n ; n – число периодов, для которых подробно рассчитываются свободные денежные потоки.

Специалисты в области оценки, как правило, выделяют следующие основные этапы оценки бизнеса методом ДДП [14, с. 106]:

- 1) выбор модели денежного потока и ставки дисконтирования;
- 2) определение длительности прогнозного периода;
- 3) прогнозирование выручки, расходов и инвестиций;
- 4) расчет величины денежного потока для каждого года прогнозного периода;
- 5) определение ставки дисконта;
- 6) расчет величины стоимости в пост прогнозный период;
- 7) расчет текущей стоимости будущих денежных потоков и стоимости в пост прогнозный период;
- 8) внесение итоговых поправок.

Выбор модели денежного потока и ставки дисконтирования. Тип денежного потока должен однозначно определять тип адекватной ему ставки дисконта. Взаимное соотношение между видом денежного потока и ставкой дисконтирования представлено в табл. 3.

3 Соотношение между видом денежного потока и ставкой дисконтирования

Вид денежного потока	Ставка дисконтирования		
<i>Полный денежный поток (для собственного капитала)</i>			
Скорректированный (на риск) денежный поток для собственного капитала	<i>Метод сценариев</i>	Номинальная безрисковая ставка доходности	<i>R</i>
Номинальный денежный поток для собственного капитала		<i>Модель оценки капитальных активов</i>	<i>i</i>
Номинальный денежный поток для собственного капитала		<i>Метод кумулятивного построения</i>	<i>i</i>
Номинальный денежный поток для собственного капитала		<i>Эвристический метод</i>	<i>i</i>
<i>Бездолговой денежный поток (для всего инвестированного капитала)</i>			
Номинальный денежный поток для всего инвестированного капитала		<i>Модель средневзвешенной стоимости капитала</i>	<i>WAC</i> <i>C</i>
Номинальный денежный поток для всего инвестированного капитала		<i>Эвристический метод</i>	<i>WAC</i> <i>C</i>

При этом надо иметь в виду следующее.

Если прогнозируется номинальный денежный поток, учитывающий при расчете ожидаемых прибылей цены в их прогнозируемой действительной величине (включая инфляционный рост цен), то и ставка дисконта должна быть номинальной, т.е. включать в себя средние за срок полезной жизни проекта в расчете на единичный период t инфляционные ожидания. Практически это означает, что в данном случае (как это и представлено в табл. 3) во всех моделях расчет ставок дисконтирования (i или $WACC$) должен осуществляться с использованием номинальной безрисковой ставки доходности R .

Если же денежные потоки планируют как реальные (в ценах базисного периода), то ставка дисконта во всех моделях также должна быть очищена от инфляционных ожиданий. Практически это означает расчет ставок дисконтирования (i или $WACC$) с использованием реальной ставки безрискового дохода r (вместо R).

Определение длительности прогнозного периода. Анализ зарубежной и отечественной практики свидетельствует о том, что при оценке бизнеса обычно используются два периода времени: прогнозный период и остаточный (пост прогнозный) период.

В качестве прогнозного берется период, продолжающийся до тех пор, пока темпы роста фирмы не стабилизируются.

По сложившейся в странах с развитой рыночной экономикой практике прогнозный период для оценки бизнеса может составлять в зависимости от целей оценки и конкретной ситуации от 5 до 10 лет. При этом, детальные прогнозы (уровня оптовых цен, материальных издержек, управленческих расходов, степени конкурентности и др.) разрабатываются обычно на 5 лет, затем на следующие 5 лет делается предположение о темпе роста основных показателей, а после 10 лет предполагается, что результаты функционирования (поток доходов) постоянны.

В странах с переходной экономикой, в условиях нестабильности, где адекватные долгосрочные прогнозы особенно затруднительны, допустимо сокращение прогнозного периода до 3 лет. Для точности результата следует осуществлять дробление прогнозного периода на более мелкие единицы измерения: полугодие или квартал [14, с. 107 – 108].

Прогнозирование выручки, расходов, прибыли и денежного потока должно отличаться от экстраполяции. Последняя основана на предположении о продолжении существующего тренда и включает механическое распространение этого тренда на будущий период. Прогнозирование основано на тщательном анализе как можно большего количества отдельных элементов доходов и расходов и обдуманной оценке их будущей величины, с учетом взаимосвязи между элементами, а также вероятных будущих условий. Предположение о стабильности соотношений и трендов означает, что не было никаких существенных изменений в мастерстве, влиянии и преемственности руководящего звена или радикальных изменений вида деятельности, в котором его мастерство подтверждено результатами успешной деятельности. Важно понять, что никакая степень сложности методов, используемых при прогнозировании прибыли, не может устранить неизбежную неопределенность, которой подвержены все прогнозы. Наиболее действенное средство, с помощью которого аналитик и лицо, принимающее решение, могут противостоять этой непреодолимой неопределенности, – это постоянное и внимательное наблюдение за тем, насколько реальные результаты соответствуют прогнозу.

Лучше всего, если исходными пунктами прогноза служат отчет о прибылях и убытках и баланс, а уже из них выводится свободный денежный поток и другие факторы стоимости. Свободный денежный поток можно прогнозировать и напрямую, не опосредуя такой прогноз отчетом о прибылях и убытках и балансом, но в этом случае легко запутаться в том, как отдельные элементы складываются в единое целое. Помимо прочего, баланс помогает определить финансовые последствия (показатели) прогноза. Он показывает, каким будет прирост капитала и сколько денежных средств окажется в наличии у компании.

Наиболее распространенный прогноз отчета о прибылях и убытках и баланса – это прогноз, основанный на спросе. Начинается он с объема продаж. Другие переменные выводятся из объема продаж. При этом для прогнозирования выручки, следует придерживаться общего правила, гласящего, что прогноз валовой выручки должен быть логически совместим с ретроспективными показателями организации и отрасли в целом. Оценки, основанные на прогнозах, которые заметно расходятся с историческими тенденциями, представляются неточными.

Прогнозный отчет о прибылях и убытках может быть построен двумя основными методами [9, с. 407]:

1) прямым, предполагающим предварительное составление сметы объема продаж, сметы себестоимости и др.;

2) косвенным, основанным на использовании результатов структурного анализа отчета за прошлые периоды.

Использование указанных методов не является взаимоисключающим, они дополняют друг друга.

В практике прогнозного финансового анализа используются различные методы составления прогнозного баланса. Наиболее сложный и трудоемкий базируется на системе плановых таблиц. Упрощенный метод основан на данных последнего отчетного баланса, результатах анализа оборачиваемости отдельных активных и пассивных статей, а также динамике балансовых соотношений.

Расчет величины денежного потока для каждого года прогнозного периода. Основным показателем долгосрочного прогноза является прибыль, на основании которой и рассчитываются денежные потоки.

Денежный поток для собственного капитала (полный денежный поток) за период t определяется по следующему алгоритму [6, с. 132 – 135]:

прибыль (убыток) за период t

+ амортизация ОС и НА за период t

– процентные выплаты за период t по кредитам

– налог на прибыль

– инвестиции в период t

+ прирост долгосрочной задолженности за период t

– уменьшение долгосрочной задолженности за период t

– прирост собственных оборотных средств в период t .

Бездолговой денежный поток за период t равен [6, с. 132 – 135]:

+ прибыль (убыток) за период t

+ амортизация ОС и НА за период t

– налог на прибыль

– инвестиции в период t

– прирост собственных оборотных средств в период t .

Расчет величины стоимости в пост прогнозный период. Конечная стоимость W_{term} определяется на момент окончания прогнозного периода по формуле Гордона (14) или (15):

$$W_{term} = CF_{(t+1)} / (i - \alpha); \quad (14)$$

$$W_{term} = CF_t (1 + \alpha) / (i - \alpha), \quad (15)$$

где W_{term} – стоимость в пост прогнозный период; $CF_{(t+1)}$ – денежный поток доходов за первый год пост прогнозного (остаточного) периода; CF_t – денежный поток доходов за последний год прогнозного периода; i – ставка дисконта; α – долгосрочные темпы роста денежного потока.

Полученная таким образом стоимость бизнеса в пост прогнозный период приводит к текущим стоимостным показателям по той же ставке дисконта, что применяется для дисконтирования денежных потоков прогнозного периода.

3.4 МЕТОД КАПИТАЛЬНЫХ АКТИВОВ

Согласно методу капитальных активов рыночная стоимость бизнеса определяется по формуле

$$\text{Ц}_б = D_{cp} / k, \quad (16)$$

где $\text{Ц}_б$ – обоснованная рыночная стоимость действующего предприятия (бизнеса); D_{cp} – капитализируемая величина (среднегодовые доходы от бизнеса); k – ставка (коэффициент) капитализации дохода.

В качестве капитализируемой величины (D_{cp}) может выступать либо чистая прибыль после уплаты налогов, либо прибыль до уплаты налогов, либо величина денежного потока. При этом оценщик может выбрать прибыль последнего отчетного года, прибыль первого прогнозного периода или среднюю величину прибыли за несколько последних отчетных лет (3 – 5 лет). В большинстве случаев на практике в качестве капитализируемой величины выбирается прибыль последнего отчетного года [14, с. 121 – 128].

В качестве ставки капитализации (k) выступает норма ожидаемого дохода. Ставка капитализации обычно выводится из ставки дисконта путем вычета ожидаемых среднегодовых темпов роста прибыли или денежного потока. При известной ставке дисконта ставка капитализации определяется по формуле

$$k = Ri - \alpha, \quad (17)$$

где k – ставка капитализации; Ri – ставка дисконта ($R, i, WACC$); α – долгосрочные темпы роста прибыли или денежного потока.

Общие формулы определения стоимости бизнеса (16) и ставки капитализации (17) справедливы при следующих допущениях:

- 1) ожидаемые от бизнеса доходы постоянны; практически их берут на уровне средних в год (квартал, месяц) D_{cp} величин;
- 2) срок получения таких доходов – неограниченно длинный (т.е. стремится к бесконечности).

Указанные допущения, и, соответственно, базовая модель капитализации пригодны больше для теоретического осмысления сути метода капитальных активов. В практике оценки бизнеса больше используются частные случаи метода капитализации (модели Гордона, Инвуда, Хоскальда, Ринга), применяемые в зависимости от соблюдения допущений в отношении равномерности и длительности получения предприятием доходов (18) – (21) и (табл. 4).

Модель Гордона:

$$Ц_б = D_{t_{кпп}} (1 + \alpha) / (i - \alpha). \quad (18)$$

Модель Инвуда:

$$Ц_б = \frac{D_{cp}}{i + 1/S_n(n, i)}; \quad 1/S_n = \frac{i}{(1+i)_n - 1}. \quad (19)$$

Модель Хоскальда:

$$Ц_б = \frac{D_{cp}}{i + 1/S_n(n, R)}; \quad 1/S_n = \frac{R}{(1+R)_n - 1}. \quad (20)$$

Модель Ринга:

$$W_б = \frac{D_{cp}}{i + I/n}, \quad (21)$$

где $D_{t_{кпп}}$ – годовая доходность бизнеса к концу периода $t_{кпп}$; D_{cp} – среднегодовые доходы от бизнеса; n – срок жизни бизнеса; I – будущая стоимость каждого рубля, изначально вложенного в оцениваемый бизнес.

**4 Применение моделей расчета стоимости бизнеса
в зависимости от принятых допущений
[6, с. 199 – 201; 14, с. 158 – 159]**

Принятые допущения			Модель расчета стоимости бизнеса
в отношении равномерности получения дохода от бизнеса	в отношении порядка реинвестирования дохода	в отношении длительности получения доходов от бизнеса	
Ожидаемые от бизнеса доходы постоянны в каждом периоде	Сумма возврата капитала реинвестируется по ставке дохода на капитал	Срок получения доходов не ограничен	<i>Базовая модель</i>
Доходы от	Сумма возврата	Срок полу-	<i>Модель</i>

бизнеса от-четливо пе-ременны, но темп прироста постоянен ($\alpha = \text{const}$)	капитала реин-вестируется по ставке дохода на капитал	чения до-ходов не ограничен	<i>Гордона</i>
Ожидаемые от бизнеса до-ходы постоян-ны в каждом периоде	Сумма возврата капитала реин-вестируется по ставке дохода на капитал	Срок получения доходов ограничен	<i>Метод Инвуда</i>
Ожидаемые от бизнеса до-ходы постоян-ны в каждом периоде	Сумма возврата капитала реин-вестируется по безрисковой ставке	Срок получения доходов ограничен	<i>Метод Хос-кальда</i>
Ожидается, что поток до-ходов будет систематиче-ски снижаться	Возмещение ос-новной суммы инвестиций осуществляется равными частя-ми	Срок получения доходов ограничен	<i>Метод Ринга</i>

3.5 ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ МЕТОДОВ ДОХОДНОГО ПОДХОДА

Доходный подход является основным для оценки рыночной, инвестиционной и внутренней стоимости действующих компаний, которые и после их перепродажи новым владельцам последними не планируется закрывать (ликвидировать). При этом основным методом оценки действующего бизнеса считается метод ДДП. В странах с развитой рыночной экономикой при оценке крупных и средних компаний этот метод применяется в 80 – 90 % случаев [14, с. 105, 106 и 128]. Метод капитальных активов в оценке бизнеса применяется редко, в основном для оценки малых предприятий, а также для упрощенного расчета остаточной текущей стоимости бизнеса, когда нужно сделать его экспресс-оценку. Это связано с тем, что метод капитальных активов в наибольшей степени подходит для ситуаций, в которых ожидается, что фирма в течение длительного срока будет получать примерно одинаковые величины прибыли (или темпы ее роста будут постоянными), что на практике встречается не часто.

Считается, что главный недостаток методик доходного подхода – их умозрительный характер (в процессе прогнозных расчетов приходится прибегать к различного рода предположениям и ограничениям, носящим условный характер) [21, с. 13]. При этом метод капитальных активов страдает от распространенной практики и соблазна приукрашивания финансового положения корпораций в годовых отчетах своим акционерам. Применение метода ДДП затруднительно при оценке фирм, терпящих систематические убытки, а также для оценки новых видов деятельности (бизнес-линий), так как отсутствие ретроспективы прибылей затрудняет объективное прогнозирование будущих денежных потоков. Кроме того, основной принцип доходного подхода о том, что капиталовложения, сделанные ранее прежним владельцем, не учитываются при определении стоимости бизнеса, пригоден для расчета рыночной стоимости фирмы при ее перепродаже, но вряд ли способствует объективному расчету внутренней и инвестиционной стоимости бизнеса в процессе его реструктуризации и текущего управления. Для этих целей требуется использование других традиционных методов и подходов оценки, а также поиск новых способов анализа и оценки бизнеса.

4 РЫНОЧНЫЙ (СРАВНИТЕЛЬНЫЙ) ПОДХОД

4.1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНОЧНОГО ПОДХОДА

Рыночный подход к оценке бизнеса предполагает, что для оценки закрытой компании на отечественном либо мировом фондовом рынках отыскивается открытая компания-аналог, сопоставимый с предметом оценки по отраслевой принадлежности и по ряду дополнительных признаков. Затем рассчитанный по открытой компании-аналогу коэффициент (мультипликатор) переносится на рассматриваемую закрытую компанию. На него умножается показатель последней, соотношенный в переносимом коэффициенте с ценой открытой компании-аналога. Тем самым устанавливают, сколько примерно (с учетом необходимых корректировок) стоила бы оцениваемая закрытая компания, если бы она стала открытой, т.е. разместила бы свои акции на рынке.

Группа методов, основанная на сравнении компаний с аналогичными, строится на утверждении, что фирма стоит столько, сколько стоит фирма с аналогичными характеристиками, функционирующая в аналогичных условиях, оцененная примерно в одно время. Для реализации методов данной группы требуется владение, во-первых, информацией о состоянии данной фирмы и состоянии аналогичных компаний отрасли и, во-вторых, информацией о среде, в которой функционируют оцениваемая организация.

В процессе сравнительного подхода рассчитывается рыночная стоимость действующего предприятия (бизнеса).

Группа методов рыночного подхода дает возможность учесть:

1) специфику отрасли, региона, правовой среды и прочих внешних факторов, в которых функционируют фирма;

2) положение фирмы в отрасли среди аналогичных ей, для чего, в частности, используется традиционный финансовый анализ.

Сравнительный подход оценки фирмы использует все традиционные приемы и методы финансового анализа. Финансовый анализ является важнейшим приемом определения сопоставимости аналогичных компаний с оцениваемой. Отличительные черты финансового анализа при сравнительном подходе проявляются в следующем [14, с. 142 – 143]:

1) с помощью финансового анализа можно определить рейтинг оцениваемой компании в списке аналогов;

2) он позволяет обосновать степень доверия оценщика к конкретному виду мультипликатора в общем их числе, что в конечном счете определяет вес каждого варианта стоимости при выведении итоговой величины;

3) финансовый анализ является основой для внесения необходимых корректировок, обеспечивающих увеличение сопоставимости и обоснованности окончательной стоимости.

Сравнительный (рыночный) подход включает в себя следующие методы [21, с. 10 – 11, 14]:

1) метод рынка капитала (метод компании аналога; метод мультипликаторов);

2) метод сделок (метод сравнительного анализа продаж);

3) метод отраслевых коэффициентов (метод «большого пальца»).

4.2 МЕТОД РЫНКА КАПИТАЛОВ

Метод рынка капиталов основан на рыночных ценах акций аналогичных компаний. Название метода рынка капитала исходит из того, что предпочтительнее включать в выборку компаний-аналогов пусть и всего лишь одну фирму, но зато действительно аналогичную оцениваемой фирме. Метод компании-аналога, или рынка капиталов, основан на использовании цен, сформированных открытым фондовым рынком. Базой сравнения служит цена на единичную акцию ОАО. Следовательно, в чистом виде данный метод используется для оценки миноритарного пакета акций. Применяется для оценки мелких (не контрольных) пакетов акций. В случае, когда методом рынка капиталов все же оказывается необходимым оценить стоимость контрольного пакета акций общества к полученной оценке рекомендуется добавлять «премию за контроль».

В общем виде, формула метода мультипликаторов (метода рынка капиталов) может быть представлена как:

$$Ц_б = \text{Мультипликатор} \times \text{Знаменатель}$$

(НАПРИМЕР, $Ц_б = К (\text{ЦЕНА} / \text{ПРИБЫЛЬ}) \times \text{ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ}$).

В оценочной практике используются следующая система мультипликаторов [14, с. 144 – 145; 21, с. 10]:

А) Интегральные:

1) цена / прибыль:

- цена / балансовая прибыль;
- цена / чистая прибыль;
- 2) цена / дивидендные выплаты;
- 3) цена / денежный поток:
 - цена / текущий денежный поток;
 - цена / чистый денежный поток;
- 4) цена / выручка от реализации:
 - цена / валовая выручка;
 - цена / действительная выручка;
 - цена / физический объем продаж;
- Б) Моментные:
 - 5) цена / балансовая стоимость активов;
 - 6) цена / чистая стоимость активов.

Основным ценовым соотношением, которое применяется в методе рынка капитала и во всем рыночном подходе, является соотношение цена / прибыль, так как в долгосрочном плане все же именно прибыль являются главным фактором установления той или иной рыночной стоимости публично обращающихся акций. Для мультипликатора цена / прибыль в качестве финансовой базы используется любой показатель прибыли, который может быть рассчитан в процессе ее распределения (чистая прибыль, прибыль до налогообложения, прибыль до уплаты процентов и налогов и др.). Основное требование – полная идентичность финансовой базы (знаменателя) для аналога и оцениваемой фирмы. В то же время надо помнить, что мультипликатор цена / прибыль существенно зависит от методов бухгалтерского учета. Если в качестве аналога выступает зарубежная компания, то следует приводить порядок формирования и распределения прибыли к единым стандартам. Хрестоматийным примером здесь может служить компания Даймлер – Бенц, которая в 1993 г. стала первой немецкой фирмой, получившей листинг своих акций на Нью-Йоркской фондовой бирже. По правилам немецкого учета в ее отчетности была зафиксирована прибыль в 327 млн. долл., а по американским учетным стандартам у нее должен был быть убыток в 1,1 млрд. долл. [30].

Мультипликатор цена / дивидендные выплаты в определенной степени является производным от соотношения цена / прибыль. Как было доказано еще Gordon – Shapiro [4, с. 12] между указанными мультипликаторами существует следующая функциональная зависимость:

$$C/P = b / (k - \alpha), \quad (22)$$

где C/P – соотношение цены акции и прибыли на акцию; b – коэффициент выплаты дивидендов; k – норма прибыли на используемый капитал; α – планируемый темп прироста прибыли.

Считается, что показатели, учитывающие денежный поток (цена / денежный поток), приводят к значениям более высокого порядка, чем показатели, использующие учетную прибыль. В то же время, мультипликатор цена / прибыль более прост и доступен. При этом корректировки необходимы и при использовании мультипликатора цена / денежный поток. Базовой поправкой выступает увеличение показателя прибыли на сумму начисленной амортизации.

Особенность применения мультипликатора цена / выручка заключается в том, что оценщик должен обязательно учитывать структуру капитала оцениваемой компании и аналогов. Если она существенно отличается, то мультипликатор лучше определяется при расчете не на собственный, а на весь инвестированный капитал. Разновидностью мультипликатора цена / выручка может выступать мультипликатор цена / физический объем продаж.

Наиболее правильным приемом определения итоговой величины является метод взвешивания мультипликаторов. Оценщик в зависимости от конкретных условий, целей и объекта оценки, степени доверия к той или иной информации придает каждому мультипликатору свой вес. На основе взвешивания получается итоговая величина стоимости, которая может быть взята за основу для проведения последующих корректировок.

Если не удастся подобрать одного наилучшего аналога оцениваемой закрытой компании, то в целях повышения точности итоговой оценки рекомендуется работать с показателем цена / прибыль нескольких компаний-аналогов. Это потребует расчета средних мультипликаторов по компаниям-аналогам. Здесь может помочь то обстоятельство, что зачастую по открытым компаниям более широко публикуются сокращенные справочные данные, состоящие не из их финансовых отчетов, а из рассчитанных по ним ключевых финансовых коэффициентов.

4.3 МЕТОД СДЕЛОК

Если метод компании-аналога подразумевает использование мультипликаторов, которые рассчитаны по ценам акций в составе фактически продававшихся контрольных пакетов сходных фирм, то подобная разновидность указанного метода называется методом сделок. Таким образом, метод сделок – это фактически частный случай методики рынка капиталов, который основан на анализе цен приобретения контрольных пакетов акций сопоставимых предприятий, или на анализе цен приобретения компании в целом.

4.4 МЕТОД ОТРАСЛЕВЫХ КОЭФФИЦИЕНТОВ

Метод отраслевых коэффициентов является такой модификацией метода рынка капитала (предусматривая и его алгоритм), в которой ценовым мультипликатором выступает соотношение цена / валовой доход (то же самое – цена / выручка, цена / объем реализации).

Применимость метода отраслевых коэффициентов ограничена специфическими отраслями – теми, в которых наблюдается надежная корреляция между рыночной стоимостью компании и объемом реализации (отрасли с явно выраженным стандартизированным продуктом, где динамика прибылей определяется в первую очередь не обновлением продукта, а успехом в поддержании и расширении доли на рынке, количеством продаж стандартизированного продукта). Метод применим для компаний одной отрасли, т.е. обладающих отраслевым сходством.

Метод отраслевых коэффициентов основан на том, что существует целый ряд эмпирически установленных мультипликаторов для компаний разных отраслей, которые позволяют определить их стоимость. Например, для оценки российских нефтяных компаний принято рассматривать в качестве знаменателя их валовой доход, а также величину добычи и запасов. В случае розничного бизнеса рассматривается его чистый доход, а также торговая площадь. Для промышленного предприятия берутся его чистый доход и производственные мощности, значения которых умножаются на соответствующий отрасли мультипликатор.

Метод отраслевых коэффициентов позволяет рассчитывать ориентировочную стоимость бизнеса по формулам, выведенным на основе отраслевой статистики. Отраслевые коэффициенты рассчитаны на основе длительных статистических наблюдений специальными исследовательскими институтами за ценой продажи предприятия и его важнейшими производственно-финансовыми характеристиками. В специальной литературе наиболее часто приводятся следующие отраслевые мультипликаторы для определения стоимости бизнеса (табл. 5).

5 Отраслевые мультипликаторы [8, с. 87; 14, с. 137; 21, с. 11]

Отрасль (вид деятельности, бизнеса)	Мультипликатор	
	Наименование	Величина
Бухгалтерские фирмы	Цена / годовая выручка	0,5
Рекламные агентства	Цена / годовая выручка	0,7
Рестораны	Цена / годовая валовая выручка	0,25 – 0,50
Туристические агентства	Цена / годовая валовая выручка	0,04 – 0,10
АЗС (заправоч- ные станции)	Цена / месячная выручка	1,20 – 2,00
Предприятия розничной торговли	Цена / (чистый доход + + оборудование + запасы)	0,75 – 1,50

Машиностроительные предприятия	Цена / (чистый доход + запасы)	1,50 – 2,50
«Золотое правило» оценки (промышленность)	Цена / среднегодовая прибыль до налогообложения	4,00

Также в оценочной практике для некоторых отраслей промышленности (например, для машиностроения) широко известно правило «золотого сечения» или «золотое правило», которое гласит: «потенциальный покупатель никогда не заплатит за предприятие больше, чем четырехкратная величина его среднегодовой прибыли до налогообложения» [21, с. 11].

4.5 ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ РЫНОЧНОГО ПОДХОДА

Основным преимуществом сравнительного подхода является то, что оценщик ориентируется на фактические цены купли – продажи аналогичных предприятий. В данном случае цена определяется рынком, так как оценщик ограничивается только корректировками, обеспечивающими сопоставимость аналога с оцениваемым объектом. При использовании других подходов оценщик определяет стоимость предприятия на основе расчетов.

Другим достоинством сравнительного подхода является реальное отражение спроса и предложения на данный объект инвестирования, поскольку цена фактически совершенной сделки максимально учитывает ситуацию на рынке (как национальном, так и мировом). Преимуществом использования зарубежного аналога в методах, относящихся к рыночному подходу к оценке бизнеса, является то, что только на мировом фондовом рынке можно найти открытую компанию с ликвидными акциями, действительно более или менее строго аналогичную по отраслевой принадлежности оцениваемой закрытой компании. В России «голубых фишек» не более 10 – 15, в Германии – не более 30 – 40 [6, с. 240 – 241].

Но для использования в ходе оценки зарубежной компании-аналога необходимо осуществить следующие корректировки:

1) учесть, как по-разному участники фондового рынка реагируют на объявленные и прошедшие аудит прибыли (например, практика увода прибыли из-под налогообложения в РФ) (K_1);

2) учесть степень «оптимизма» фондовых рынков по поводу доверия к трендам прибыли растущих компаний (K_2).

Технически обе корректировки могут проводиться с помощью умножения результата оценки закрытой компании, полученной соответственно методами рынка капиталов, сделок или отраслевой специфики, на следующие коэффициенты:

$$K_1 = (\text{Ц} / \text{P})_{\text{нац}} / (\text{Ц} / \text{P})_{\text{заруб}}, \quad (23)$$

где $(\text{Ц} / \text{P})_{\text{нац}}$, $(\text{Ц} / \text{P})_{\text{заруб}}$ – средний рыночный (по всем отраженным на фондовом рынке отраслям) коэффициент цена / прибыль в стране оцениваемой закрытой компании и в зарубежной стране компании-аналога:

$$K_2 = (\text{ОРК})_{\text{нац}} / (\text{ОРК})_{\text{заруб}}; \quad \text{ОРК} = \text{РК} / \text{СК}_{\text{бал}}, \quad (24)$$

где ОРК – относительная рыночная капитализация; РК – рыночная капитализация; $\text{СК}_{\text{бал}}$ – стоимость собственного капитала по балансу.

При всех своих достоинствах сравнительный подход имеет ряд существенных недостатков, ограничивающих его использование в практике оценки бизнеса.

1 Методы рыночного подхода базируются на ретроинформации и игнорируют перспективы развития бизнеса. При этом ретроинформация собирается обычно за пять лет и к тому же является запоздалой для оценки. В России финансовые отчеты компаний публикуются раз в год, так что лишь в мае – июне следующего года фондовый рынок получает возможность серьезно отреагировать на подтвержденные финансовые результаты открытых компаний за прошедший год.

2 Возможность использования метода рынка капиталов и всего сравнительного подхода в решающей мере зависит от доступности информации с фондового рынка о рассматривавшихся выше мультипликаторах по фирмам, которые могут быть признаны аналогами оцениваемого предприятия. В нашей стране эта информация только начинает регулярно публиковаться (см. бюллетени Финмаркет, АК&М, Росбизнесконсалтинг, журналы «Коммерсантъ» и «Эксперт» в рубрике «Фондовые рынки» и др.).

3 Рыночный подход страдает от субъективизма. Оценщик должен делать сложные корректировки, вносить поправки в итоговую величину и промежуточные расчеты, требующие серьезного обоснования. Это связано с тем, что на практике не существует абсолютно одинаковых предприятий.

4 Рыночный подход основан на использовании цен, сформированных открытым рынком. Следовательно, оценка стоимости предприятия происходит через рыночную цену его аналогов, которая может лишь косвенно или опосредованно выражать внутреннюю стоимость бизнеса.

Таким образом, возможность практического применения сравнительного подхода обусловлена:

- а) наличием активного финансового рынка;
- б) открытостью этого рынка и доступностью финансовой информации;
- в) наличием специализированных фирм (служб), накапливающих ценовую и финансовую информацию.

В результате вышеизложенного, в отечественной практике рыночный подход пока не нашел достаточного применения. Больше всего в самой простой своей форме, также называемой «экстраполяционной», данный метод затронул пока рынок недвижимости и оценки земли.

5 ИМУЩЕСТВЕННЫЙ (ЗАТРАТНЫЙ) ПОДХОД

5.1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИМУЩЕСТВЕННОГО ПОДХОДА

При имущественном подходе стоимость фирмы рассматривается с точки зрения понесенных ранее издержек. Затратный подход базируется на оценке затрат воспроизводства всех активов предприятия, измеренных в рыночных ценах.

В ходе имущественного подхода определяются:

- а) рыночная стоимость предприятия (т.е. имущественного комплекса фирмы, капитала бизнеса);
- б) ликвидационная стоимость предприятия и бизнеса.

Для этих целей используются следующие методы [6, с. 264; 21, с. 11 – 12]:

- 1) метод накопления активов предприятия;
- 2) метод чистых активов;
- 3) метод стоимости замещения;
- 4) метод восстановительной стоимости;
- 5) метод расчета ликвидационной стоимости предприятия;
- 6) метод расчета стоимости компании с ликвидируемым бизнесом.

Все методики имущественного подхода используются, как правило, для оценки контрольного пакета акций предприятия.

Группа методов, основанная на анализе затрат, необходимых на создание предприятия, строится на утверждении, что предприятие стоит столько, сколько стоят в существующих сегодня ценах принадлежащие ему активы за вычетом обязательств. Для реализации методов данной группы требуется оценка текущих стоимостей приносящих прибыль активов предприятия и его обязательств.

5.2 МЕТОД НАКОПЛЕНИЯ АКТИВОВ

Имущественный подход к оценке бизнеса, прежде всего, реализуется применением метода накопления активов. Поэтому имущественный подход к оценке бизнеса и метод накопления активов зачастую используются как синонимы.

Метод накопления активов предполагает оценку рыночной стоимости фирмы по рыночной стоимости его имущества, очищенной от стоимости задолженности предприятия (т.е. по стоимости капитала бизнеса в экономической интерпретации). При этом, в расчете участвуют не только активы, отраженные на балансе предприятия, но и прочие виды имеющих стоимостную оценку активов фирмы, находящиеся в ее фактической собственности либо распоряжении. Этим метод накопления активов отличается от метода чистых активов, учитывающим только «балансовые» активы.

Методика накопления активов предприятия применяется для расчета рыночной стоимости действующих предприятий (стоимости бизнеса), когда:

- у организации отсутствуют ретроспективные данные о производственно-хозяйственной деятельности (например, недавно созданная фирма);
- благополучие фирмы в значительной степени зависит от контрактов или у фирмы отсутствуют постоянные заказчики;
- значительную часть активов предприятия составляют финансовые активы (деньги, ДЗ, ценные бумаги и др.);
- имеется возможность и необходимость в оценке холдинговых или инвестиционных компаний (которые сами не создают массу чистого дохода).

5.3 МЕТОД ЧИСТЫХ АКТИВОВ

Рыночная стоимость бизнеса методом чистых активов определяется как разность между суммами рыночных стоимостей всех активов предприятия и его обязательствами. Предварительно проводится оценка обоснованной рыночной стоимости каждого актива в отдельности, затем определяется текущая стоимость обязательств и, наконец, их разностью определяется оценочная стоимость собственного капитала предприятия (чистых активов).

Метод чистых активов является разновидностью метода накопления активов (если за исходную информационную базу оценки принимаются активы, отраженные на балансе предприятия).

Методика чистых активов в настоящее время в России используется чаще всего в процессе приватизации, а также в сфере налогообложения организаций [21, с. 11].

5.4 МЕТОД СТОИМОСТИ ЗАМЕЩЕНИЯ

Метод стоимости замещения оценивает фирму, исходя из затрат на полное замещение ее активов, сохраняя при этом ее хозяйственный профиль. Он ориентирован только на оценку материальных активов и приемлем для капиталоемких предприятий. Суть методики расчета стоимости замещения заключается в определении текущей удельной или полной стоимости предприятия-аналога, базирующейся на определении текущих затрат на строительство современного предприятия, аналогичного оцениваемому.

5.5 МЕТОД ВОССТАНОВИТЕЛЬНОЙ СТОИМОСТИ

При методе восстановительной стоимости рассчитываются все затраты, необходимые для создания точной копии оцениваемой фирмы. Он учитывает также стоимость нематериальных активов.

5.6 МЕТОД РАСЧЕТА ЛИКВИДАЦИОННОЙ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Метод ликвидационной стоимости основан на рыночных ценах, но не с точки зрения покупки активов, а с точки зрения их быстрой реализации. Позволяет оценить нижний уровень стоимости предприятия. Для расчета ликвидационной стоимости компании необходимо определить и суммировать ликвидационную стоимость ее накопленных активов (срочная продажа), вычитая из полученной суммы балансовую стоимость подлежащих срочному погашению обязательств и затраты на его ликвидацию.

5.7 МЕТОД РАСЧЕТА СТОИМОСТИ КОМПАНИИ С ЛИКВИДИРУЕМЫМ БИЗНЕСОМ

Метод расчета стоимости компании с ликвидируемым бизнесом является модификацией метода накопления активов. Устанавливая стоимость компании с ликвидируемым бизнесом, нужно оценивать и суммировать рыночную стоимость накопленных активов (дебиторская задолженность – дисконтированная в пределах срока свертывания бизнеса) за вычетом дисконтированной в пределах срока свертывания бизнеса задолженности. Но в этом случае определяется ликвидационная стоимость бизнеса.

5.8 ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ ИМУЩЕСТВЕННОГО ПОДХОДА

В специальной литературе к достоинствам имущественного подхода относят то, что эта группа методов дает возможность учесть как реальную стоимость участвующих в производственном процессе ак-

тивов предприятия, так и стоимость различных его обязательств и обременений. Считается, что основное преимущество методик имущественного подхода состоит в том, что они базируются на реально существующих активах и затратах [21, с. 11].

Но, по мнению автора, указанное достоинство одновременно может являться и недостатком имущественного подхода. Проблема заключается в том, что понимать под реально существующими активами: только то, что можно «потрогать руками» или все, что создает добавленную стоимость бизнеса? В том случае, если основу бизнеса составляет интеллектуальный капитал, использование имущественного подхода, скорее всего, приведет к существенному занижению стоимости фирмы.

Главный недостаток методов затратного подхода – то, что они не отражают потенциальной прибыли от активов, ключевой характеристики полезности для владельца предприятия. Эти методики «статичны», т.е. не учитывают перспективы развития фирмы, ее будущую доходность, которая как раз и заключается в не отражаемом на балансе предприятия, но реально используемом организацией интеллектуальном капитале.

В специальной литературе последнего времени приводится множество примеров того, как не «срабатывают» традиционные методы оценки применительно к бизнесу, основу которого составляет интеллектуальный капитал.

Том Стюарт [20, с. 104 – 105] приводит пример, когда квалифицированные оценщики систематически недооценивали компанию, основные активы которой – авторские права. Речь идет о продаже «Понастоящему полезной компании» Эндрю Ллойда Уэббера, создателя мюзиклов «Кошки», «Эвита», «Призрак оперы» и «Бульвар заходящего солнца».

Эдвинсон Л. [27, с. 442] описывает факт того, как фирма «Лотус» была куплена компанией «Ай-Би-Эм» в 1995 г. за 3500 млн. долл. при бухгалтерской оценке активов на момент покупки 230 млн. долл. Почему? Да потому, что именно столько стоили другие активы фирмы «Лотус», не состоящие на балансе. В первую очередь сюда следует отнести исключительные права на новые программные продукты. Но дело не только в них. Очень существенную роль здесь могла сыграть потенциальная клиентура, завоеванная благодаря новому продукту, но еще большую – первоклассный менеджмент, сумевший правильно определить направление развития рынка программного обеспечения, рассчитать возможности фирмы и вовремя занять рыночную нишу.

Разумеется, ничего подобного не могло бы происходить с компаниями, основную ценность которых составляют недвижимость и оборудование, находящееся на ее балансе.

5.9 ОЦЕНКА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ БИЗНЕСА В ХОДЕ ИМУЩЕСТВЕННОГО ПОДХОДА

Как следует из вышеизложенного, наибольшую трудность в практическом использовании имущественного подхода представляет оценка нематериальных компонентов бизнеса. Это связано с тем, что оценка стоимости этой части активов предприятия (капитала бизнеса) не может быть произведена непосредственно и предполагает, в свою очередь, использование специфических методов. Интеллектуальный капитал сам по себе не имеет цены (как, например, здание или автомобиль). У него есть только ценность в рамках определенного бизнеса, которая заключается в способности наращивать стоимость фирмы. Интеллектуальный капитал не существует сам по себе, он проявляется только в рамках определенного бизнеса. (Более подробно о содержании и структуре интеллектуального капитала, а также его влиянии на методологию оценки бизнеса – см. [5].)

Методологически оценка стоимости нематериальных компонентов фирмы (интеллектуального капитала бизнеса) строится на том предположении, что в интересах оценки достаточно определить рыночную стоимость всей совокупности нематериальных активов организации, которая в специальной терминологии называется «гудвиллом» [6, с. 277].

Гудвилл в деловом мире рассматривается как стоимость деловой репутации фирмы. Одни экономисты интерпретируют гудвилл как стоимость практически всех элементов нематериальных активов, другие – определяют гудвилл как величину, на которую стоимость бизнеса превосходит рыночную стоимость его материальных активов и той части НМА, что отражена в бухгалтерской отчетности (учтена на балансе). Сторонники и первой, и второй точек зрения сходятся в том, что гудвилл присутствует только при наличии избыточной прибыли и не может быть отделен от действующего предприятия (т.е. не может быть продан отдельно от него). Гудвилл возникает, когда компания получает стабильные, высокие

прибыли, ее доходы на активы (или на собственный капитал) выше среднего, в результате чего стоимость бизнеса превосходит стоимость его чистых активов.

Имущественный подход в его «чистом виде» не позволяет учитывать стоимость репутации фирмы (гудвилла). Для этого используется комбинация традиционных методов затратного и доходного подходов, выражающаяся в частности в специальном методе избыточных прибылей.

Идея оценки рыночной стоимости совокупности нематериальных активов фирмы (ее гудвилла) состоит в том, чтобы выявить ту часть регулярно получаемых организацией прибылей («избыточные прибыли»), которая не может быть объяснена наличием у нее оцененных по их рыночной стоимости материальных активов, и капитализировать их, оценивая, таким образом, капитал, воплощенный в нематериальных активах, и как бы порождающий поток доходов в виде указанной части прибыли. Метод избыточных прибылей основан на предпосылке о том, что избыточные прибыли приносят фирме не отраженные в балансе нематериальные компоненты бизнеса, обеспечивающие доходность на активы и на собственный капитал выше среднеотраслевого уровня.

Алгоритм метода избыточных прибылей заключается в следующем [6, с. 279 – 280].

1) Из общей стоимости активов организации по балансу (B_1) вычитается балансовая стоимость нематериальных активов (HMA_1) и рассчитывается чистая стоимость материальных активов ($ЧМА_1$):

$$B_1 - HMA_1 = ЧМА_1.$$

2) По отрасли, к которой относится рассматриваемая организация, за несколько предшествующих периодов вычисляется (на основе данных мониторинга публикуемых финансовых отчетов открытых компаний-конкурентов) показатель съема прибыли (P) с чистых материальных активов ($ЧМА$) (или балансовой стоимостью их собственного капитала за вычетом нематериальных активов ($СК_{\text{мат}}$)), который отражается коэффициентом $K_{\text{отр}}$. $ЧМА$ представляет собой сумму остаточной балансовой стоимости материальных активов за вычетом кредиторской задолженности:

$$K_o = P_o / ЧМА_o = P_o / СК_{\text{мат}(o)}.$$

3) Если компании, по которым исчислен коэффициент K_o , действительно относится к той же отрасли, что и рассматриваемая фирма, и если, таким образом, структура их имущества и продукция сходны с активами и продукцией оцениваемой фирмы, то вполне правомерно перенести этот коэффициент на исследуемую компанию. В результате в расчете на имеющиеся у данной организации $ЧМА_1$ (желательно, отраженные по предварительно установленной их рыночной стоимости) можно получить оценку того размера прибыли $P_{\text{ож}}$, которые следовало бы регулярно ожидать для этой организации без учета влияния его нематериальных активов:

$$P_{\text{ож}} = ЧМА_1 K_o.$$

4) Разница между фактическими регулярно получаемыми прибылями $P_{\text{ок}}$ предприятия (по отчету о финансовых результатах) и суммой прибыли, которую можно было бы ожидать только в результате использования чистых материальных активов предприятия, представляет собой «избыточную прибыль» ($P_{\text{изб}}$):

$$P_{\text{изб}} = P_1 - P_{\text{ож}}.$$

5) Предполагая, что наблюдаемые избыточные прибыли будут иметь место и в дальнейшем, можно капитализировать (по ставке i) поток этих прибылей и тем самым получить рыночную стоимость интеллектуального капитала анализируемой фирмы (бизнеса):

$$ИК_{\text{фак}} = P_{\text{изб}} / i.$$

На практике при оценке гудвилла потенциальные инвесторы рассчитывают ожидаемую будущую прибыль в течение срока, как правило, не превышающего пяти лет. При таких условиях ставка капитализации (i) определяется как величина, обратная количеству лет, приносящих избыточную прибыль (пять лет). Тогда ставка капитализации будет равна: $(1 : 5) 100 \% = 20 \%$ [24].

При всей математической точности и изящности, метод избыточных прибылей имеет ряд существенных недостатков, ограничивающих его практическое применение. Эти недостатки заключаются в следующем:

1) игнорируется структура и качество элементов интеллектуального капитала, которые и являются факторами создания стоимости бизнеса [предполагается, что все фирмы обладают интеллектуальным капиталом одинакового (среднего) качества];

2) не учитывает перспективы изменения структуры интеллектуального капитала бизнеса (предполагается, что интеллектуальный капитал статичен);

3) метод практически не работает для отраслей, чей бизнес основан в основном на интеллектуальном капитале (например, аудит, разработка программного обеспечения и др.), т.е. в том случае, когда доля материальных активов ничтожна. Для этих компаний стоимость интеллектуального капитала, рассчитанная по алгоритму метода избыточных прибылей, практически всегда будет существенно занижена (см. ниже следующий цифровой пример).

Используя метод избыточных прибылей, рассчитаем стоимость нематериальных компонентов бизнеса для компании-лидера высокотехнологичной отрасли при следующих условиях (табл. 6).

Расчет стоимости нематериальных компонентов бизнеса для компании-лидера:

- 1) $B_1 - НМА_1 = ЧМА_1 = 35\ 000$;
- 2) $K_o = P_{ЧМА_0} / ЧМА_0 = (12\ 000 \cdot 30\ 000 / 50\ 000) / 30\ 000 = 0,24$;
- 3) $P_{ож} = ЧМА_1 K_o = 35\ 000 \cdot 0,24 = 8400$;
- 4) $P_{изб} = P_1 - P_{ож} = 21\ 000 - 8400 = 12\ 600$;
- 5) $НМА_{факт} = P_{изб} / i = 12\ 600 / 0,2 = 63\ 000$.

Таким образом, рассчитанная методом избыточных прибылей стоимость нематериальных компонентов бизнеса для компании-лидера оказалась заниженной на 52 000 ед. (63 000 – 115 000). Одна из основных причин этого – не корректный расчет коэффициента K_o (пункт второй алгоритма). Метод избыточных прибылей (за неимением более точной информации) исходит из предположения, что каждая группа активов (капитала бизнеса) вносит равный вклад в создание прибыли фирмы (т.е. имеет одинаковую рентабельность). Реально же (как это и показано в табл. 6) рентабельность (ценность) разных компонентов капитала бизнеса разная. И искусственное «оттягивание» массы прибыли на низко рентабельные материальные активы объективно занижает расчетную прибыльность, а соответственно и стоимость вне балансовых компонентов капитала бизнеса.

Рассмотренная проблема представляет сложность с практической точки зрения ввиду объективного отсутствия исходной информации для осуществления расчетов. В рассмотренном примере чистая прибыль организации представлена в виде суммы прибылей от материальных и нематериальных активов (как оно и есть в действительности). Но существующая система финансового учета не позволяет на практике осуществить такое разделение. Поэтому аналитикам и оценщикам приходится прибегать к различным косвенным приемам оценки, которые при определенных условиях (для бизнеса, основу которого составляет интеллектуальный капитал) дают высокую погрешность.

6 ОЦЕНКА ДОЛЕЙ В БИЗНЕСЕ

Бизнес как объект оценки имеет ряд специфических особенностей, принципиально отличающих его от других объектов собственности с точки зрения методологии оценочно-аналитического процесса.

Во-первых, бизнес является абсолютно дискретным объектом. В отличие, скажем от здания, оборудования или товарного знака, для собственников организации имеет существенный практический интерес определение, как суммарной стоимости всего бизнеса, так и собственной доли в нем. При этом выделение доли в бизнесе, в подавляющем большинстве случаев, не имеет ничего общего с его физическим разделением, а требуется лишь для определения «доли влияния», т.е. означает виртуальное разделение.

Вторая особенность бизнеса заключается в том, что бизнес, в отличие от других объектов собственности, является процессом, а не статичным объектом. А процесс дает желаемый результат, если он соответствующим образом контролируется и координируется. Следовательно, при оценке бизнеса необходимо, в отличие от других объектов собственности, учитывать степень контроля собственника: после определенного количества доля в бизнесе приобретает совершенно иное качество (контрольный пакет). Таким образом, долю в бизнесе нельзя рассчитывать простым математическим действием деления, в отличие от расчета стоимости части земельного участка или квадратных метров в жилом помещении.

Указанные выше особенности требуют применения специальных методов оценки стоимости долей в бизнесе, как специфическом объекте собственности.

Основопологающим принципом оценки пакетов акций (долей в бизнесе) является необходимость предварительно оценить рыночную стоимость всей рассматриваемой компании в целом (100 % ее обыкновенных акций).

Последующий алгоритм оценки зависит от подходов и методов, применявшихся при оценке бизнеса в целом.

В том случае, когда для определения стоимости действующего предприятия (бизнеса) применялся доходный или имущественный подход, а также метод сделок получаем стоимость фирмы при условии приобретения 100 % контроля над бизнесом (например, $Ц_{кд} = 100\ 000$ долл.). Для того, чтобы на основе данной оценки определить стоимость миноритарной доли (например, 30 % пакета акций) необходимо предварительно вычесть скидку на неконтрольный характер пакета (обычно 20 – 25 %). Получаем стоимость фирмы при условии приобретения свободно реализуемой доли, не дающей контроля над бизнесом:

$$Ц_{мд} = 100\ 000 \$ \cdot (1,0 - 0,2) = 80\ 000 \$.$$

Рассчитываем пропорциональную долю ($\lambda = 0,3$) оцениваемого пакета акций: $80\ 000 \cdot 0,3 = 24\ 000 \$$.

Если для определения стоимости действующего предприятия (бизнеса) применялся метод рынка капиталов, получаем стоимость фирмы при условии приобретения свободно реализуемой доли, не дающей контроля над предприятием ($Ц_{мд} = 80\ 000$ долл.). Для того, чтобы на основе данной оценки определить стоимость контрольной доли (например, 60 % пакета акций) необходимо предварительно добавить премию за контрольный характер пакета (обычно 30 – 40 %). Получаем стоимость фирмы при условии приобретения 100 % контроля над бизнесом:

$$Ц_{кд} = 80\ 000 \$ \cdot (1,0 + 0,3) = 104\ 000 \$.$$

Рассчитываем пропорциональную долю ($\lambda = 0,6$) оцениваемого пакета акций:

$$104\ 000 \cdot 0,6 = 62\ 400 \$.$$

Размеры присущих той или иной отрасли премий за контроль и скидок за неконтрольный характер оцениваемого пакета акций численно, как правило, не совпадают. Приобретение контроля над компанией при быстро выявляемом факте скупки мелких пакетов требует большей прибавки к цене акций, чем можно было бы ожидать выручить сверх цены акций в обычных условиях сделки при попытке получить компенсацию за утерянный контроль, когда он продается, но не приобретается многими покупателями мелких частей распродаваемого крупного пакета. Размер «премии за контроль», согласно международной статистике (отечественной еще не накоплено), колеблется в пределах 30 – 40 %, скидка со стоимости за меньшую долю – 20 – 25 % [6, с. 227].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что применительно к такому объекту собственности как «бизнес» традиционные подходы и методы оценки в современных условиях в чистом их виде не вполне пригодны.

Ввиду «зачаточного» развития отечественного фондового рынка, не достаточной открытости и доступности финансовой информации о деятельности компаний, применение методов сравнительного подхода при оценке бизнеса представляется весьма проблематичным. По мнению автора, практическую пользу могут иметь только отраслевые мультипликаторы как самые приблизительные ориентиры «порядка цифр» при определении стоимости бизнеса.

Инструментарий имущественного подхода может быть использован для решения локальных задач в процессе оценки фирмы: расчета стоимости ранее накопленного капитала бизнеса, определения ликвидационной стоимости бизнеса или активов предприятия, определения стоимости имущественного комплекса бизнеса для целей страхования или налогообложения и т.д.

Основным методом оценки бизнеса, безусловно, является метод дисконтирования денежных потоков и весь доходный подход. Указанный метод, как никакой другой учитывает сущность бизнеса как объекта собственности (непрерывный процесс, приносящий доход). Но и он не в полной мере удовлетворяет потребностям современного бизнеса.

Традиционные методики определения ставки дисконтирования рассматривают риски бизнеса как величину статичную и однозначно снижающую его стоимость. Они не учитывают опционную сущность современного бизнеса, основанного на интеллектуальном капитале, что требует разработки нового опционного метода или даже подхода при оценке бизнеса.

Процесс информатизации и интеллектуализации современного бизнеса совершенно по новому ставит проблему учета и оценки его капитала (более подробно о концепции интеллектуального капитала см. [5]). Доходный же подход практически игнорирует величину ранее накопленного потенциала при оценке бизнеса, что требует его синтеза с другими способами оценки (в первую очередь с методом накопления активов имущественного подхода). Как было показано выше, современные попытки указанного симбиоза (метод избыточных прибылей) плохо работают при оценке современного бизнеса, основанного на интеллектуальном капитале.

Исходя из вышеизложенного, автор видит следующие пути совершенствования методик оценки применительно к современному бизнесу:

- 1) синтез традиционных методов доходного и имущественного подхода;
- 2) совершенствование специальных методов оценки нематериальных компонентов бизнеса;
- 3) совершенствование методик учета рисков бизнеса на базе опционного подхода;

4) более активное использование в оценочной практике инструментария финансового менеджмента и инвестиционного анализа, поиск интегрального критерия и методик для оценки современного бизнеса.

Список литературы

- 1 Гражданский кодекс РФ (часть первая) № 51-ФЗ от 30.11.04 (ред. от 26.11.02) // Российская газета. № 238 – 239. 08.12.1994.
- 2 Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов. Утв. Минэкономики РФ, МФ РФ, Госстроем России 21.06.99 № ВК 477 (Консультатн+).
- 3 Стандарты оценки, обязательные к применению субъектами оценочной деятельности. Утв. Постановлением Правительства РФ от 06.07.01 № 519 // Российская бизнес-газета. № 29. 24.07.01.
- 4 Бернштейн Л.А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация: Пер. с англ. М.: Финансы и статистика, 2002. 624 с.
- 5 Булыга Р.П. Использование концепции интеллектуального капитала в методологии оценки бизнеса // Аудит и финансовый анализ. 2003. № 3.
- 6 Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАТА, 2001. 720 с.
- 7 Голосов О.В., Охрименко С.А., Хорошилов А.В. и др. Введение в информационный бизнес. М.: Финансы и статистика, 1996.
- 8 Есипов В., Маховикова Г., Терехова В. Оценка бизнеса. СПб: Питер, 2001. 416 с.
- 9 Ефимова О.В. Финансовый анализ. М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2002. 528 с.
- 10 Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риска, стратегии, безопасность. М.: Экономика, 1997.
- 11 Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США: Пер. с англ. М., 1966.
- 12 Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2003. 558 с.
- 13 Организация и методы оценки предприятия (бизнеса): Учебник / Под ред. В.И. Кошкина. М.: ИКФ «ЭКМОС», 2002. 944 с.
- 14 Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. М.: Финансы и статистика, 2002. 512 с.
- 15 Оценка стоимости предприятия (бизнеса): Учеб. пособие / Под ред. Н.А. Абдулаева, Н.А. Колайко. М.: Издательство «ЭКМОС», 2000. 352 с.
- 16 Пратт Ш.П. Оценка бизнеса. Анализ и оценка закрытых компаний. М., 1994.
- 17 Риис Р.П. Основы оценки бизнеса. М.: РОО, 1996. 56 с.
- 18 Десмонд Гленн. Руководство по оценке бизнеса. М.: Келли Ричард Э., 1996.
- 19 Рыночная экономика: В 3-х т. Т. 2. Основы бизнеса. Ч. 1. М.: Соминтэк, 1992. 160 с.
- 20 Стюарт Т. Богатство от ума: Деловой бестселлер / Пер. с англ. В.А. Ноздровой. Мн.: Парадокс, 1998. 358 с.
- 21 Таль Г.К., Григорьев В.В., Бадаев Н.Д., Гусев В.И., Юн Г.Б. Оценка предприятий: доходный подход. М.: Гильдия специалистов по антикризисному управлению, 2000. 326 с.
- 22 Теория фирмы / Под ред. В.М. Гальперина. СПб.: «Экономическая школа», 1995.
- 23 Финансовый бизнес-план: Учеб. пособие / Под ред. В.М. Попова. М.: Финансы и статистика, 2001. 480 с.
- 24 Харматуллин В. Интеллектуальная собственность как товар // Экономико-правовой бюллетень. 1999. № 10.
- 25 Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. М.: «Прогресс Универс», 1993.
- 26 Шипов В.Н. Стоимость предприятия: политэкономический анализ и методика оценки: Дис. ... канд. экон. наук. М.: Российская экономическая академия им. Плеханова, 2000.
- 27 Edvinsson L. Malone M.S., Intellectual capital: realizing your company's true value by finding its hidden brainpower. NY: Harper Business, 1997.
- 28 Lintner J. The Valuation of Risky Assets and the Selection of Risky Investments in Stock Portfolios and Capital Budgets. Review of Economics and Statistics, 1965, February. P. 13 – 37.
- 29 Sharpe W.F. Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk. Journal of Finance, 1964, September. P. 425 – 442.

30 Sullivan P., Some thoughts on valuation, presentation // Goldman Sachs International European Strategy.

31 Информационно-статистические материалы Клуба оценщиков Appraiser.ru: <http://www.appraiser.ru/>.

32 Статистические материалы информгентства АК&М (бета российских компаний и др.): <http://www.akm.ru/>.

И. Т. Щеглов

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ КАЧЕСТВА В НАУЧНО-ПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ ЭКОНОМИКИ

Опыт внедрения стандартов ИСО-9000 в научно-техническом секторе экономики показал, что успех внедрения зависит от следующих факторов:

- степени заинтересованности и убежденности первого руководителя в необходимости создания и внедрения системы менеджмента качества (далее – СМК) в организации, а также его компетентности и личного участия в реализации такого проекта;
- используемых методов (рецептов) реализации требований стандартов ИСО серии 9000;
- наличия системы управления в организации, которая позволяла бы реализовать цели в области качества.

Рассмотрим отдельно каждый фактор применительно к организациям научно-технического сектора.

Степень заинтересованности первого руководителя зависит от влияния внешней среды, т.е. требований государства и потребителей, особенностей рынка, а также от желания навести порядок внутри организации.

Реальная картина не всегда позволяет в полной мере заинтересовать руководителя организации в необходимости внедрения стандартов ИСО-9000. Почему? Потому что правила игры по размещению заказов на производство еще не совсем соответствуют международным принципам. Да, сейчас проводятся тендерные торги на право выполнения крупных заказов, в которых по закону могут участвовать все желающие и имеющие право на это организации. Однако, в основном, проводятся закрытые торги, открытых очень мало, но и тогда информация о проведении торгов не публикуется или публикуется уже после отбора претендентов. Приглашаются, как правило, постоянно участвующие организации, не все из которых имеют сертификат на соответствие СМК стандартам ИСО-9000. Формально в перечне требований к претендентам значится обеспечение необходимого качества, наличие системы качества, но основная роль отводится срокам выполнения работ и стоимости.

В этом случае постоянно участвующие в закрытых тендерных торгах организации заинтересованы не в реальном внедрении стандартов ИСО-9000, а лишь в формальном получении сертификата. Не заинтересованы в этом и организации, которых не приглашают и которые не имеют возможности участвовать в тендерных торгах.

В таких условиях применяется принудительный метод внедрения стандартов ИСО-9000 путем требований наличия СМК в организации при выдаче лицензии на различные виды научно-технической и производственной деятельности.

Однако принудительные методы не стимулируют заинтересованности в реальном внедрении СМК, а толкают к формальной разработке документации СМК и «покупке» сертификата.

Таким образом, сегодня влияние внешней среды в нашей стране не создает заинтересованности руководителя в разработке и внедрении СМК. В этом направлении государство должно осуществлять коренные преобразования, направленные на формирование здоровых основ рыночной экономики.

Желание руководителя «навести порядок в доме» – вот основное, что должно двигать руководителя к стандартам ИСО-9000. Но здесь играет большую роль второй фактор – какие рецепты будут выписаны руководителю или он сам себе выпишет при движении к намеченной цели.

Руководитель должен ознакомиться с содержанием стандарта ИСО-9001:2000. Если степень образованности и компетентности персонала организации, а также наличие времени позволяют руководству организации самостоятельно и правильно спланировать все этапы разработки и внедрения СМК и самостоятельно реализовать их на практике, то успех обеспечен. Но, к сожалению, таких организаций практически не существует. Опыт показывает, что организации нужен компетентный помощник-

консультант, который будет выдавать рецепты при движении организации по пути создания и внедрения СМК.

В настоящее время имеется много консультационных фирм, которые взяли на себя смелость помогать организациям создавать системы качества. Но разные консультанты выдают разные рецепты, причем эффективность этих рецептов зависит от уровня знаний, кругозора, опыта, таланта и добросовестности консультанта.

Опыт показывает, что эффективным консультантом по созданию систем качества в строительстве обязательно должен быть специалист, владеющий основами управления деятельностью организаций в этой отрасли. Им не может быть специалист, знающий системы качества только по формальным требованиям стандарта, без знаний внутренней начинки этих требований, применительно к специфике той или иной организации строительной отрасли, а также специалист, действующий по схеме, которая удобна органам по сертификации и не всегда удобна для самой организации. В России, к сожалению, существует подобная практика. Причем, если орган по сертификации принадлежит одной из зарубежных стран, то внедряются методы управления, используемые в этой стране, не учитывая особенностей условий работы в России и т.д. Порядок в организации не наводится, руководители приходят к мысли, что внедряемые системы «нам не подходят» и целью становится формальное получение сертификата.

В качестве консультантов рекомендуется приглашать специалистов, владеющих опытом и знаниями по созданию и внедрению СМК в организациях научно-технического комплекса, имеющих разработки по созданию СМК в научно-промышленном комплексе экономики, владеющих знаниями в области создания систем управления, реализующих цели в области качества.

Важнейшую роль играет третий фактор – наличие в организации системы управления, реализующей цели в области качества.

Методы управления – один из самых актуальных вопросов в данный момент. В строительной отрасли имеется очень много организаций, которые были созданы и функционировали в доперестроечный период. Перестройка привела к тому, что изменились принципы и виды деятельности, уменьшилась численность персонала, произошли изменения и увеличение числа функций в подразделениях, повысилась их самостоятельность и ответственность за финансовый результат деятельности. Однако мало в какой организации можно найти корпоративную культуру, приближенную к требованиям стандартов ИСО-9000.

В организациях трудно найти структуры систем управления, которые реализовывали бы цели в области качества. Организации, созданные в послеперестроечный период, делятся на две категории: организации с иностранным капиталом и управлением и чисто российские. Организации с иностранным капиталом и управлением несут в себе корпоративную культуру страны, которая участвовала в их создании, так как руководителем такой организации, как правило, назначается представитель страны-учредителя. Чаще всего такие организации имеют действующую и сертифицированную СМК.

Новые российские организации создавались в трудных условиях перестройки и, в основном, целью деятельности таких организаций является прибыль и утверждение себя в сложных условиях перестройки не посредством качества, а, учитывая внешние факторы, контактов с сильными мира сего. В таких организациях отсутствуют необходимые системы управления. Кроме того, трудные условия выживания, отсутствие поддержки со стороны государства, общих представлений у руководства о менеджменте качества, не всегда дают возможность и необходимые ресурсы создать и внедрить СМК.

Из вышесказанного можно сделать следующие выводы.

1 Необходимо создавать законодательную базу и механизмы ее реализации, позволяющие сформировать в России здоровую рыночную среду, стимулирующую конкуренцию между организациями и заинтересованность организаций в повышении качества.

2 Внедрение требований стандартов ИСО серии 9000 – это реальный путь наведения порядка в финансово-хозяйственной деятельности организации.

3 Первым и очень важным шагом при внедрении стандартов ИСО серии 9000 третьего выпуска должно быть создание и внедрение структур систем управления организацией, реализующих цели в области качества.

4 Руководители организаций должны осваивать методы руководства деятельностью организации в рыночных условиях с помощью качества.

Необходимо повышать качество работы консультационных фирм. На первое место, при оказании помощи организациям, консультанты должны ставить интересы самой организации, учитывать специфику и особенности деятельности организации научно-промышленного комплекса, не выдавать рекомендации, приводящие к необоснованной формализации содержания документов СМК, усложняющей деятельность организации.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И АКТУАЛЬНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Проблемы качества на протяжении многих веков волнуют и занимают умы прогрессивного человечества. Управление качеством, как и управление, возникло в результате потребности человечества первоначально в высококачественном продукте и технологиях, в высококвалифицированном персонале, а затем как потребность в достойном качестве жизни. В начале XX в. проблемы качества в основном воспринимались как инженерно-технические. С середины прошлого столетия теория и практика управления качеством получают дальнейшее развитие на основе системного подхода. Формируются различные национальные школы управления качеством, каждая из которых определяет свое видение содержания этой категории, свои цели и подходы к управлению качеством, а также наиболее эффективный механизм управления качеством [4].

Современные экономические тенденции диктуют потребность в более глубоких знаниях о способах создания высококачественной продукции. Старый арсенал методов управления качеством не только не нуждается в пополнении новыми методами и приемами, отвечающими изменившейся экономической среде, но и сами прежние методы претерпевают существенные изменения и нуждаются в развитии, адаптации к новым условиям производственно-хозяйственной и управленческой деятельности [1].

Управление качеством продукции или услуги является одной из ключевых функций как корпоративного, так и проектного менеджмента, основным средством достижения и поддержания конкурентоспособности любого предприятия или компании, поэтому необходимо четко представлять логику развития и совершенствования форм и методов деятельности в области качества, накопление практического опыта, наличие которого стимулировало научные разработки в области теории и методики систем менеджмента качества.

Подобный подход позволит сформировать представление о динамике организационно-технического уровня. Изучение данного процесса позволит получить возможность ощутить постепенную упорядоченность деятельности по менеджменту качества [1].

Внимание к системам менеджмента качества российских специалистов постоянно возрастает. Но зачастую многие вопросы рассматриваются как сиюминутные проблемы и подходы к их решению не планируются изначально. Управление качеством тесно взаимосвязано с другими дисциплинами менеджмента, в частности с корпоративным управлением, управлением проектами, персоналом, производством [2].

Качество – это совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности [5]. Под управлением в широком смысле понимается общая функция организационных систем, обеспечивающая сохранение их структуры, поддержание режима деятельности, реализацию ее программы, цели [3]. В практической деятельности и литературе термины управление качеством и обеспечение качества либо разделяются, либо противопоставляются, либо применяются в связке, либо выступают как синонимы [1].

Данное определение качества относится как к товарам и услугам, так и к процессам производства товаров и оказания услуг. Иными словами, качество характеризует соответствие желаемого действительному.

Непосредственное отношение к качеству имеет критерий надежности. Надежность, также является временной составляющей качества. Таким образом, понятие надежности наиболее близко к понятию качества, поэтому проблемы управления качеством непосредственно отражаются в представлении о надежности.

Поиск идей и принципов, которые можно было бы положить в основу построения системы постоянного, устойчивого улучшения качества, всегда был заботой тех, кто занят научной деятельностью, и тех, кто организует и осуществляет производственные процессы [1].

Важнейшим постулатом современной философии качества является тезис о том, что качество определяется потребителем. С этим положением обязана считаться каждая фирма-производитель товаров и услуг [2].

История управления качеством насчитывает достаточно длительный период. Некоторые попытки описать данную проблему предпринимались даже до нашей эры. Разработка научных методов и принципов стандартизации связана с переходом к серийному изготовлению продукции. А началом формирования основ системы менеджмента качества является XX в. Реальные системы управления качеством, как отечественные, так и зарубежные, создавались в соответствии с действовавшей в соответствующий период времени концепцией [2].

Современные проблемы систем менеджмента качества являются комплексными, т.е. их можно решить только при проведении одновременно соответствующей политики в сфере законодательства, экономики, техники, образования и воспитания, а также на основе скоординированной работы производителей, эксплуатантов и исполнительных органов управления.

Ключевой задачей менеджмента компании является создание, практическая реализация и последующая сертификация системы менеджмента качества, обеспечивающей стабильное, устойчивое качество изготавливаемой и поставляемой продукции, предоставляемой услуги в течение определенного периода времени. Гарантом стабильности является наличие у организации системы менеджмента качества, соответствующей признанным международным требованиям [2].

Классическая структура управления качеством состоит из следующих этапов:

- планирование качества;
- обеспечение качества;
- контроль качества.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что современная концепция менеджмента качества обеспечивает стабильное, устойчивое качество продукции или услуги в течение определенного периода времени. Менеджмент качества является целевым аспектом системы управления организацией, таким как время, затраты, управление персоналом. Важным элементом системы менеджмента качества является проектный подход, реализуемый в рамках управления проектом в целом или отдельным процессом в частности.

Одна из важнейших и сложных задач управления качеством продукции заключается в том, чтобы при разработке мероприятий по улучшению качества обеспечить гармоничное сочетание факторов и условий, что позволяет наиболее эффективно управлять качеством и уменьшать издержки производства.

Для эффективной организации процесса управления качеством продукции необходимо, чтобы был не только ясно выделен объект управления, но и чтобы четко были определены категории управления, т.е. элементы, позволяющие лучше осознать и организовать весь процесс. В отношении управления качеством производства продукции и предоставления услуги следует выделять следующие категории.

Объект управления – качество продукции или услуги.

Цель управления – уровень и состояние качества продукции или услуги с учетом экономических интересов производителя и потребителя, а также требований безопасности и экологичности продукции.

Субъект управления – управляющие органы всех уровней и лица призванные обеспечить достижение и поддержание планируемого состояния у уровня качества продукции или услуги.

Специальные функции управления качеством – классифицированные действия по управлению качеством продукции, соответствующие особенностям объекта с субъекта управления и целям управления.

Методы и средства управления – способы, которыми органы управления воздействуют на элементы производственного процесса, обеспечивая достижение и поддержание планируемого состояния и уровня качества продукции и услуги [1].

Результирующим этапом разработки системы менеджмента качества является ее сертификация. Сертификация в переводе с латыни означает: «сделано верно». Для того чтобы убедиться в том, что продукт «сделано верно», надо знать, каким требованиям он должен соответствовать и каким образом можно получить достоверные доказательства этого соответствия. Общеизвестным способом такого доказательства служит сертификат соответствия.

ISO (International Organization for Standardization; Международная организация по сертификации, русская аббревиатура – ИСО) была создана в 1947 г., с штаб-квартирой в Женеве (Швейцария). Эта неправительственная организация объединяет 110 национальных органов по стандартизации. В ИСО входит 91 страна мира, на долю которых приходится 95 % мирового промышленного производства. В ее рамках функционирует порядка 10 профессиональных технических комитетов, около 650 подкомитетов и 2840 специализированных групп, в работе которых участвуют приблизительно 30 000 экспертов. Центральный секретариат поддерживает контакты примерно с 500 международными организациями. Столь широкие связи позволяют безболезненно достигать консенсуса при разработке и утверждении новых стандартов.

Первые стандарты на системы качества, носившие названия ISO 5750, были разработаны Британским институтом стандартов (British Standards Institute, BSI) и утверждены в 1979 г. Впоследствии именно эти стандарты были взяты Международной Организацией по стандартизации за основу первой версии стандартов ИСО серии 9000, утвержденных в 1987 г. Вторая версия, претерпев

значительные изменения, была утверждена ИСО в 1994 г. и действовала до конца 2003 г. Третья версия стандартов была опубликована 15 декабря 2000 г.

Деятельность в области стандартизации в современном мире направлена на выполнение трех социально-экономических функций:

- 1) упорядочение объектов (продукции, работ, услуг), создаваемых в процессе научно-технического творческого труда человека;
- 2) установление в нормативных документах по стандартизации оптимальных организационно-технических, общетехнических, технических и натуральных технико-экономических норм и требований;
- 3) правоприменение, т.е. использование и соблюдение оптимальных норм и требований, установленных в нормативных документах по стандартизации [3].

Философия ИСО 9000 основывается на экономически эффективном применении «правил доверия», позволяющем рациональнее использовать ресурсы как каждого предприятия в отдельности, так и экономики в целом. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества основанной на ИСО 9000 является сейчас важным фактором успеха на многих рынках или даже выхода на них. Это свидетельствует о принадлежности компании к цивилизованному деловому миру [2].

Переход к рыночным отношениям, когда товаропроизводитель стал менее зависимым от государства, требовал видоизменить прежнюю практику. Обратились к сертификации. К этому периоду за рубежом, в капиталистических странах нашла широкое распространение сертификация соответствия, признаваемая рядом международных организаций.

Активные работы по введению сертификации в России начались с 1992 г., т.е. значительно позже, чем за рубежом, и проводятся на основе гармонизации с зарубежным опытом. Сертификация в нашей стране в правовом, методическом, организационном и структурном оформлении начала складываться после выхода в 1992 г. Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» [1].

Отставание национальной системы стандартизации и сертификации во многом предопределило те трудности, которые испытывают отечественные предприятия в условиях современной конкуренции не только на внешних рынках, но и на внутреннем. Современные темпы экономического развития заставляют российские предприятия открыто заявлять либо о внедрении систем менеджмента качества, либо о твердых намерениях сделать это в ближайшее время.

Наличие у предприятия сертификата ИСО 9000 является обязательным лишь в отдельных отраслях, которые преимущественно связаны с продукцией, от качества которых зависит жизнь и здоровье людей (военные и космические отрасли, автомобильные, медицинские и др.). Иногда наличие сертификационной системы качества вызвано требованиями потребителя, заказчика. В остальных случаях наличие сертификата ИСО 9000 является обязательным, так как ИСО 9000 – добровольный стандарт. Многие российские предприятия занялись сертификацией по требованиям своих зарубежных деловых партнеров [2].

Основной целью менеджмента качества является достижение экономического эффекта. Эффект любой коммерческой деятельности измеряется прежде всего величиной прибыли. Улучшение качества продукции или услуги ведет к увеличению дохода и прибыли при неизменной себестоимости за счет расширения сбыта и увеличения объема реализации. Увеличение же прибыли, возможно за счет снижения себестоимости при неизменном доходе [3]. Финансовый контроль за деятельностью фирмы является жизненно важным. Данные о затратах, связанных с деятельностью предприятия, должны регистрироваться в отчетах и представляться руководству.

Знание и анализ этих затрат является основополагающим фактором в успешном руководстве компанией.

Установлено, что затраты на управление качеством следует классифицировать следующим образом: предупредительные; информационные (текущие); затраты на устранение дефектов, связанных с требованиями заказчиков и потребителей. На основе указанной классификации возможно определение «цены качества», а также ответственных лиц и виновников брака.

В результате грамотного внедрения менеджмента качества изменяются не только величина, но и структура затрат на качество.

Общеизвестно, что улучшение качества продукции, товаров и услуг приносит пользу товаропроизводителю, потребителям и обществу. Таким образом, мы можем говорить об эффективности тех или иных мероприятий призванных совершенствовать планирование, внедрение и контроль системы менеджмента качества. В то же время, очевидно, что понимание разнообразия эффектов и эффективности изменения качества недостаточно для определения роли качества в широком экономическом, общественном значении, для действий в системах менеджмента, для выбора и установления показателей качества продукции или услуги, и выработке политики в области качества. Поэтому приходится применять специальные классификации, характеристики, специфические методы расчета, уточнения, разъяснения [1].

Важнейшую роль во внедрении систем менеджмента качества играет руководство предприятия, задача которого организовать внедрение, мотивировать должным образом сотрудников и обеспечить контроль за ходом внедрения системы [2].

Можно сделать вывод, что систему менеджмента качества следует рассматривать как один из системообразующих элементов общего или корпоративного менеджмента, а также одного из его центральных разделов – управления проектами. При этом в соответствии с положениями общей теории управления уровень менеджмента качества должен соответствовать уровню развития корпоративного менеджмента.

Анализ отечественного и зарубежного опыта в области управления качеством позволяет сформулировать проблемы и направления дальнейших работ в России по управлению качеством. Одним из таких направлений является создание на российских предприятиях и в организациях системы качества согласно требованиям международных стандартов ИСО серии 9000 [3].

Список литературы

- 1 Гличев А.В. Основы управления качеством продукции. М.: РИА «Стандарты и качество», 2001. 424 с.
- 2 Мазур И.И., Шапиро В.Д. Управление качеством: Учеб. пособие. М.: Высшая школа, 2003. 334 с.
- 3 Окрепилов В.В. Управление качеством: Учебник для вузов. 2-е изд., доп. и перераб. М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 1998. 639 с.
- 4 Салимова Т.А. Диверсификация управления качеством. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2002. 268 с.
- 5 Стандарты серии ИСО 9000:1994.

О.В. Воронкова

АНАЛИЗ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ ЧЕРЕЗ ПРИМЕНЕНИЕ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

По словам Ф. Котлера современные технологии продвижения товаров переносятся в новые, электронные сферы деятельности. Термин электронная коммерция (э-коммерция) объединяет широкий спектр деловой активности, осуществляемой посредством электронных средств: получение поставщиками заказов через системы электронного обмена данными; использование для осуществления транзакций Интернета, телефаксов и электронной почты (э-почты), ускоряющих и облегчающих расчеты банкоматов и смарт-карт. Все это переносит деловую активность из «рынка как места» в «рынок как пространство». Хотя темпы роста покупок через Интернет потребительских товаров (компьютеров, программного обеспечения, книг, компакт-дисков, игрушек и видео материалов) постоянно нарастают, объем деловых транзакций увеличивается еще быстрее: по некоторым оценкам в США к концу 2003 г. объем электронных бизнес-сделок должен был достичь 2,8 млрд. долл.

Рассмотрим два основных канала продвижения товаров в электронной среде. Коммерческие онлайн-службы предлагают компаниям различные информационные и управленческие услуги в режиме реального времени, доступ к которым получают те, кто вносит установленную владельцем службы ежемесячную абонентскую плату. Одним из самых известных провайдеров онлайн-услуг является компания America Online (AOL), имеющая около 19 млн. абонентов и обслуживающая 50 % американского рынка. AOL и аналогичные коммерческие службы предоставляют подписчикам канала пять основных видов услуг: рекламную информацию (новости, библиотеки, образование, путешествия, спорт, справки), развлечения (игры и прочее), возможность совершать покупки, общаться (электронные доски объявлений, форумы, чат-румы) и э-почту.

Интернет – глобальная компьютерная сеть, с помощью которой стал возможен мгновенный децентрализованный обмен информацией по всему земному шару. Для выявления и достижения целевых пользователей Интернета специалисты по продвижению товаров должны понимать особенности и поведение онлайн-потребителя.

В целом, пользователи Интернета моложе, обеспеченнее и лучше образованы, чем среднестатистический гражданин. Процентное соотношение мужчин и женщин почти одинаково. Но круг пользователей Интернета постоянно расширяется. Пользователи высоко ценят огромные информационные возможности Интернета и склонны негативно реагировать на обращения, единственная цель которых со-

стоит в продаже товара или услуг. Они сами решают, какую информацию, по каким товарам и услугам, на каких условиях они будут получать. В онлайн-бизнесе именно пользователь, а не компания-поставщик, принимает решение о взаимодействии и руководит им.

Пользователи Сети имеют постоянный доступ к неограниченным источникам данных, вследствие чего они становятся информированными требовательными покупателями. Они имеют возможность:

- 1) без обращения к производителям или посредникам получать объективную информацию о товарах под различными торговыми марками, включая издержки производства, цены, свойства и качества продукта;

- 2) инициировать получение рекламы и информации от производителей и продавцов;

- 3) самостоятельно определять характеристики желательного торгового предложения;

- 4) использовать программное обеспечение для поиска и привлечения предложений многочисленных продавцов.

Новые возможности онлайн-потребителя означают, что он становится инициатором и руководителем процесса обмена; субъектам хозяйствования и их представителям приходится ждать приглашения потребителя принять участие в обмене. Но даже после вступления поставщиков в процесс обмена именно потребители устанавливают правила игры, нередко «отгораживаясь» от производителей «стеной» агентов и посредников. Покупатели сами определяют, какая информация им необходима, какие предложения им интересны и какую цену они готовы заплатить – все это часто разворачивает «освященную веками» практику маркетинга на 180°. Популярность онлайн-продвижения товаров объясняется тем, что он обеспечивает потенциальным покупателям три основных преимущества.

- 1 *Удобство.* Потребители могут заказывать товары 24 часа в сутки, не выходя из дома, простым нажатием на клавиши клавиатуры компьютера. Например, пользователи сайта компании Lands' End (www.landsend.com) только один раз вносят данные своих счетов и информацию о покупке; когда они делают последующие заказы, эти сведения автоматически вводятся в форму их заказа.

- 2 *Информация.* Покупатели быстро и легко получают огромный объем сравнительных данных о компаниях, их продукции, конкурентах и ценах на товары. Так, Consumer World (www.consumerworld.org) предоставляет доступ к десяткам сайтов э-магазинов, к сайтам с информацией по защите прав потребителей и многим другим Интернет-ресурсам, информирующим покупателей и помогающим сделать выбор.

- 3 *Снижение уровня воздействия.* Покупателям нет необходимости общаться лицом к лицу с продавцом и подвергаться воздействию рациональных и эмоциональных факторов убеждения. На это делают акцент многие компании, в частности, сайт Autobytel (www.autobytel.com), предлагающий онлайн-покупку автомобилей, при которой покупатель избегает торга с дилером по ценам и дополнительной комплектации.

Онлайн-службы обеспечивают ряд выгод и компаниям-поставщикам. К основным из них относятся:

- 1) быстрая адаптация к рыночным условиям (поставщики могут оперативно дополнять торговые предложения, регулировать цены и характеристики продукции);

- 2) снижение затрат (онлайн-бизнес позволяет уменьшить затраты на хранение и страхование товаров, создание и поддержка электронных каталогов (э-каталогов) обходится существенно дешевле, чем печать и рассылка по почте обычных);

- 3) построение партнерских отношений (компания-поставщик имеет возможность вести диалог с покупателями в режиме реального времени, пересылать на компьютер потребителя полезные советы, бесплатные демо-версии компьютерных программ, рекламные материалы);

- 4) определение охвата аудитории (специалистам предоставляется возможность знать точное число посетителей сайта компании и всех его разделов).

Важно также, что онлайн-технологии доступны и крупным, и малым фирмам. Электронное рекламное пространство, в отличие от печатного или эфирного, практически не ограничено, а поиск и доступ к информации осуществляются почти мгновенно. Сайт можно посетить в любое время из любой точки земного шара. Кроме того, электронные покупки (э-покупки) как потребительских, так и деловых товаров совершаются конфиденциально.

Рассмотрим сайт Wine.Com (www.wine.com) – результат совместных усилий специалиста по винам Питера Граноффа и инженера из Силиконовой долины Роберта Олсона. Ранее известный как сайт Virtual Vineyards (www.virtualvin.com), он рекламирует более 300 видов вин от 100 калифорнийских и европейских производителей и около 200 разновидностей продуктов и сувениров для индивидуальных

и корпоративных пользователей. Сайт обеспечивает потребителям дополнительные выгоды, без дополнительных затрат предоставляя подробную информацию об особенностях вкусовых качеств предлагаемых вин и их сочетаемости с различными продуктами. Потребители могут также вступить в клуб ценителей вин и ежемесячно автоматически получать образцы отборных вин и шампанского.

В онлайн-овом продвижении товаров для достижения целевых потребителей используются такие инструменты, как электронные магазины (э-магазины), размещение онлайн-овой рекламы, участие в форумах, интернет-конференции, доски объявлений, Web-сообщества и э-почта.

Существует три формы присутствия компаний в электронном пространстве.

1 *Покупка места в коммерческой онлайн-овой службе* – заключается в приобретении своей «торговой точки» в коммерческой службе (места на ее сервере) или установлении связи между компьютером компании и э-магазином службы. Например, компания розничной торговли J. C. Penney (www.jcpenney.com) арендует места у America Online и Prodigy. Обычно такая служба сама разрабатывает страницу

э-магазина компании-клиента, а компания вносит ежегодную плату и определенный процент от объема электронных продаж (э-продаж).

2 *Продажи через сайт другой компании*. Компания Amazon.com. (www.amazon.com) ввела этот новый вид электронного бизнеса, предоставив возможность производителям и посредникам продавать свои товары на zShop – специально созданном разделе сайта Amazon.com. Заплатив меньше 10 долл. в месяц и невысокий процент от объема продаж посредством этого канала, любая фирма, и даже конкурирующие между собой, получает доступ к 12 млн. клиентов компании Amazon.com.6.

3 *Создание собственного Web-сайта*. Выделяют два вида таких сайтов. На корпоративном Web-сайте может быть представлена основная информация об истории, миссии и философии компании, ее продукции, услугах и местах расположения. Например, сайт компании McDonald's (www.mcdonalds.com) анонсирует новые кампании продвижения, помогает посетителям найти ближайшие рестораны фирмы, предоставляет информацию относительно благотворительной деятельности и в целом формирует имидж торговой марки – даже без продаж ее продукции. Web-сайт предназначен прежде всего для стимулирования перспективных покупателей и потребителей к приобретению товаров или для достижения других управленческих целей посредством предложения каталогов продукции, советов покупателям и средств стимулирования продаж, например купонов или конкурсов. Например, сайт компании Garden (www.garden.com) предлагает советы по созданию идеального дизайна собственного сада и растения и инвентарь, необходимый для реализации проекта.

Многие фирмы-производители создают также «микросайты» – небольшие специализированные Web-сайты, обычно используемые при проведении различных мероприятий или для объявлений о начале выпуска новой продукции. Например, вместо того, чтобы направлять интересующихся к своему основному сайту, крупная киностудия может создать отдельные микросайты с информацией по новым фильмам. Многие фирмы пользуются микросайтами при проведении кампании продвижения новых товаров, для организации конкурсов, для набора работников, для предоставления специальной информации о товарах и для связей с медиа. Например, компания Frito-Lay имеет два сайта: корпоративный (www.fritolay.com) и микросайт (www.gosnacks.com), через который потребители могут заказывать легкие закуски, доставляемые в специальных контейнерах. В тех случаях, когда необходим быстрый и легкий доступ к подробной информации по конкретному направлению, компании необходимо проанализировать целесообразность создания микросайтов.

Компании могут разместить онлайн-овую рекламу тремя способами:

- 1) в специальных тематических разделах, предлагаемых коммерческими онлайн-овыми службами;
- 2) в предназначенных для коммерческого использования интернет-конференциях;
- 3) оплатить онлайн-овые рекламные объявления, которые возникают на экране монитора пользователей, просматривающих информацию онлайн-овых служб или Web-сайтов. Сюда относятся баннеры, всплывающие окна, реклама в виде объявлений, движущихся по экрану и «шлагбаумы» (полноэкранные объявления, которые появляются перед пользователем в ходе работы с сайтами).

Несмотря на широкое распространение рекламы-баннеров, уровень отклика на них (число пользователей, обращающихся к ним за дальнейшей информацией) составляет менее 1 %. Однако даже те, кто не реагирует на баннеры, видят и воспринимают их рекламное сообщение. Кристофер Эшер из компании Talk City (www.talkcity.com) считает: «Наши контрольные группы говорят о том, что пользователи замечают нашу баннерную рекламу. Иногда их игнорируют, иногда на них реагируют. Но реклама-баннер предоставляет возможность обратиться к ней в любое время». Рекламодатели, со своей стороны, ставят вопрос об улучшении способов оценки воздействия онлайн-овой рекламы. Пока же большинство рекламодателей отводят Интернет-рекламе вспомогательную роль в продвижении-микс.

Форумы, Интернет-конференции, доски объявлений и Web-сообщества

Онлайновые покупатели не только приобретают товары, но и все в большей степени формируют мнения и распространяют информацию о продукте. Они участвуют в Интернет-группах по интересам, делятся мнениями о товарах и услугах и в результате «слово Сети» присоединяется к «устному отзыву» и становится важным элементом влияния на совершение покупки. Чтобы воспользоваться выгодами этой тенденции, компании могут принять участие или оказать финансовую поддержку в проведении э-форумов, Интернет-конференций и осуществлении других форм онлайн-общения.

- *Форумы* – это дискуссионные группы, размещенные на серверах коммерческих онлайн-услуг. Они могут функционировать как библиотека, комната для общения (чат-рум) в режиме реального времени и даже как классифицированный по темам каталог рекламных объявлений. Некоторые фирмы создают дополнительные чат-румы, в которых посетители могут обсудить предложения компании или задать вопросы, или высказать отзывы о товарах представителям ее отдела по работе с потребителями. Например, компания IGoGolf.com (www.igogolf.com) заключила сделку на 12 тыс. долл. после того, как посетитель, обратившийся на американский сайт компании из Египта, общался с работником отдела работы с потребителями, проконсультировавшего его по экипировке для игры в гольф.

- *Интернет-конференции* представляют собой Интернет-версии форумов, однако участие в них ограничивается отправлением и получением сообщений на определенную тему. В Интернете проводятся тысячи конференций по самым разнообразным темам: здоровое питание, уход за карликовыми растениями, обмен мнениями о последней мыльной опере и т.д.

- *Электронные доски объявлений* – специализированные сетевые службы, деятельность которых посвящена определенной теме или группе. В США насчитывается более 60 тыс. таких досок (проведение отпусков, хобби и многие другие). Компании, принимающие участие в работе конференций и э-досок, должны избегать их коммерциализации.

- *Web-сообщества* – пользующиеся финансовой поддержкой различных компаний коммерческие Web-сайты, члены которых обмениваются мнениями по интересующим их вопросам (по принципу общности круга интересов). Одно из таких сообществ объединяет сайт Agriculture Online (www.agriculture.com), на котором фермеры и все желающие могут получить информацию о ценах на сельскохозяйственную продукцию, последние новости, посетить любые тематические чаты.

Электронная почта

Э-почта является самым целенаправленным каналом, посредством которого компания может проводить прямые коммуникации с потенциальными и фактическими потребителями. Компания может предложить покупателям и клиентам направлять ей по э-почте вопросы, предложения и жалобы, на которые сотрудники отдела обслуживания покупателей смогут легко и быстро ответить. Многие компании на основе полученных по этому каналу сообщений составляют список интернет-корреспондентов и по э-почте отправляют клиентам бизнес-информацию, специальные предложения, разного рода напоминания и объявления о конкретных мероприятиях.

Однако использовать э-почту в качестве канала прямого маркетинга следует очень осторожно, иначе можно получить репутацию спаммера (англ. spam – практически бесполезная рекламная информация, принудительно рассылаемая абонентам э-почты). Потребители, уже привыкшие к тому, что их почтовые ящики забиты рекламной продукцией, получая рекламы и по э-почте, зачастую просто выходят из себя. В результате, в некоторых штатах США и даже на государственном уровне предлагается ввести законы, направленные на ограничение или запрещающие электронную рассылку рекламы.

Несмотря на угрозу получения репутации спаммера, некоторые компании спешат использовать возможности, предоставляемые менеджментом по э-почте. Одним из эффективных подходов к его проведению является разрешенный потребителем маркетинг – термин, предложенный Сетом Гоудином для модели маркетинга посредством э-почты, согласно которой сотрудники отдела продаж получают разрешение пользователя на использование его э-почты для отправки предложений. Например, Amazon.com предлагает пользователям получить бесплатно пять информационных бюллетеней с редакторскими рекомендациями по книгам специализированных каталогов – бизнесу или кулинарии. Целе-

направленный «маркетинг предложений об участии» становится важным элементом стратегии онлайн-маркетинга, так как он генерирует уровень откликов 18 – 25 %, что весьма впечатляет по сравнению с не превышающим 1 % уровнем отклика на баннерную рекламу.

Технология продвижения товаров в режиме реального времени вносит существенные перемены во все сферы экономики. Возможность прямого потребительского заказа влияет на операции многих коммерческих структур и для многих компаний, в частности, туристических агентств, брокерских фирм, страховых агентов, автомобильных дилеров и владельцев книжных магазинов, представляет серьезную угрозу. Многие функции таких посредников будут заменены онлайн-услугами. В то же время будет происходить реорганизация посредничества в форме появления и увеличения числа онлайн-посредников или информдневников, которые облегчают процесс совершения покупок и дают потребителям возможность выбора наиболее выгодных цен.

Рассмотрим эту тенденцию на примере сайта mySimon (www.mysimon.com), который работает как умный торговый агент, осуществляя поиск выгодных покупок в нескольких товарных категориях (книги, игрушки, компьютеры и бытовая электроника). Например, если потребитель желает приобрести цифровую видеокамеру, он входит на сайт mySimon, последовательными щелчками мыши проходит разделы «фотокамеры», «цифровые», останавливается и находит продавцов, предлагающих наиболее выгодные цены. Аналогичным образом сайт DealPilot (www.dealpilot.com) помогает покупателям сравнивать ценовые предложения по книгам, видеотоварам, цифровым и компакт-дискам, а сайт Point.com (www.point.com) – по обслуживанию сотовых телефонов.

Исследователи Д. Квелч и Л. Кляйн полагают, что Интернет будет способствовать более быстрому выходу на международные рынки малых и средних компаний. Преимущества крупного производства будут постепенно сокращаться, мировые затраты на рекламу – снижаться, и небольшие, предлагающие специализированную продукцию предприятия получат возможность выхода на мировой рынок.

В то же время онлайн-бизнес сталкивается с множеством проблем.

- *Стимулирование к совершению покупок.* Сегодня основными э-покупателями являются не частные потребители, а промышленные предприятия. Многие компании, проводящие онлайн-бизнес, например, Priceline.com (www.priceline.com), для привлечения большего числа покупателей на свои сайты используют методики предложения специальных цен. Потребители часто возвращаются на сайт eBay (www.ebay.com), так как им нравится предоставленная возможность принять участие в торгах и совершить выгодную покупку.

- *Демографические и психографические особенности пользователей Интернета.* Как правило, пользователи Сети, в сравнении со среднестатистическими гражданами, относительно молоды и имеют высокие доходы и хорошую техническую подготовку. Вследствие этого они являются идеальными объектами для продвижения по каналам онлайн-бизнеса компьютеров, предметов бытовой электроники, финансовых услуг. В настоящее время проблема заключается в расширении онлайн-клиентуры и поиске способов достижения целевых сегментов. В поиске выхода на молодых, обеспеченных инвесторов, часто посещающих онлайн-брокерские фирмы, Charles Schwab (www.schwab.com) приобрела компанию U.S. Trust, с помощью которой может предложить большой выбор банковских услуг, привлекательных для данного сегмента потребителей.

- *Информационный хаос и перенасыщенность.* Интернет предлагает пользователям миллионы Web-сайтов и невообразимые объемы информации. Ориентироваться в этом пространстве совсем не просто. Многие сайты остаются незамеченными. Вход на сайт не должен занимать более восьми секунд, иначе путешественник переходит к другому электронному узлу.

- *Безопасность.* Пользователей Интернета беспокоит, что разного рода технически грамотные мошенники могут воспользоваться номерами их кредитных карт. Компании, со своей стороны, обеспокоены тем, что отдельные пользователи проникают в их компьютерные системы с целью шпионажа или электронных диверсий. Интернет принимает меры по повышению защиты от несанкционированного проникновения, но этот процесс напоминает бесконечную гонку между новыми защитными системами и методами их вскрытия. Чтобы повысить доверие потребителей к безопасности проводимых операций, сайт Lending Tree (www.lendingtree.com) – предоставляющий финансовые услуги: приобретение ценных бумаг, кредитных карт и др. – разместил на экране знаки одобрения компании Verisign и других фирм, обеспечивающих мониторинг безопасности его деятельности.

- *Этические проблемы.* Как уже отмечалось, потребителей волнует возможность нарушения некоторыми компаниями этических принципов и передачи без разрешения индивида данных о нем другим организациям. Угроза государственного вмешательства подстегнула рост числа э-коммерсантов, объявивших о проведении политики сохранности частной информации. Придерживающийся этого принципа

сайт Travelocity (www.travelocity.com), на котором посетители могут приобрести различные туры, гарантирует безопасность потребителей и размещает на экране знаки одобрения Better Business Bureau или других аналогичных организаций.

- *Негативная реакция.* С одной стороны, Сеть – средство предоставления потребителям ни с чем не сопоставимого объема информации о товарах и услугах, с другой – средство выражения их раздражения и даже ярости. Сеть переполнена злобными страницами, такими, как сайт «Down With Shapple», часто создаваемыми разъяренными потребителями или бывшими служащими компаний, посетить которые могут миллионы пользователей Интернета. Их информация может быть и достоверной, но посетитель может столкнуться и с совершенно необоснованными слухами и сплетнями. Некоторые, особенно крупные компании, не обращают внимания на распространение недостоверной информации; другие посредством контрактов со специальными фирмами осуществляют мониторинг подобных сайтов.

Эффективное продвижение товаров в электронной среде – это интерактивная система, в которой в целях получения измеримой реакции со стороны потребителей и (или) осуществления транзакции используется одно или несколько рекламных медиа. Эта технология широко используется на рынках как потребительских, так и деловых товаров, а также при привлечении средств благотворительными организациями. Многие компании практикуют интегрированные менеджмент-коммуникации, применяя для проведения рекламных кампаний мультимедийный подход, более эффективный, чем программы использования только одного медиа.

Одним из наиболее ценных инструментов онлайн-продвижения товаров является база данных покупателей, представляющая собой обширный организованный банк исчерпывающих сведений о клиентах и потенциальных покупателях фирмы. Компании используют базы данных для определения перспективных потребителей, выделения целевых групп покупателей для направления конкретных предложений, укрепления покупательской лояльности и стимулирования повторных покупок.

Онлайн-продвижение товаров предполагает установление взаимовыгодных отношений между поставщиками и покупателями. Специалистам необходимо соблюдать осторожность при проведении кампании, дабы не раздражать потребителей, не возбуждать подозрений в обмане и мошенничестве, не допускать вторжений в личную жизнь покупателей.

В онлайн-продвижении товаров используется множество каналов выхода на покупателей: контакты торгового персонала с потребителями; продажи посредством прямой почтовой рассылки (отправление предложений, объявлений, напоминаний конкретному лицу по конкретному адресу); продажи по каталогам; телемаркетинг; предложения по радио, в журналах и газетах, в телевизионной рекламе с возможностью немедленного отклика; используются также телевизионные магазины, киоски и каналы онлайн-продаж.

Э-коммерция охватывает широкий спектр деятельности в электронном пространстве. Коммерческие онлайн-службы предлагают за установленную плату предоставление информации и маркетинговых услуг; Интернет является международной компьютерной сетью, обеспечивающей возможности мгновенных децентрализованных глобальных коммуникаций. Компании могут купить «торговую точку» у коммерческой онлайн-службы; разместить свою рекламу в режиме реального времени; продавать свою продукцию через сайты других компаний; создать собственные Web-сайты; участвовать в форумах, конференциях, досках объявлений и в Web-вещании; посредством э-почты вести работу с целевыми потребителями. Чтобы избежать репутации спаммера, при проведении онлайн-продвижения посредством э-почты компаниям следует получить разрешение потребителя на использование его электронного адреса.

И. Т. Щеглов

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

С 1947 г. Международная организация по стандартизации (International Organization for Standardization IOS) разрабатывает добровольные технические стандарты практически по всем направлениям бизнеса, отраслям промышленности и технологиям. Эти стандарты известны под общим названием ISO (от греческого слова isos – «равный»).

В течение 40 лет Организацией было разработано огромное количество специальных стандартов, но только появление в 1987 г. ISO 9000 привлекло всеобщее внимание к ее деятельности.

В 1994 г. появляется вторая версия ISO 9000, действующая в настоящее время.

В конце 2000 г. была опубликована новая редакция под общим обозначением ISO 9000:2000, переход на которую должен состояться до 15 декабря 2003 года.

Серии стандартов 9000 принципиально отличаются от всех остальных, ранее разработанных. Ибо впервые появились универсальные стандарты, позволяющие обеспечивать управление качеством во всех отраслях экономики.

ISO 9000 представляет собой обобщенный стандарт систем управления качеством.

Обобщенность здесь предполагает, что одни и те же стандарты могут быть применимы к любой организации, крупной или малой, вне зависимости от характера выпускаемой продукции (в данном случае под «продуктом» понимается также и услуга). Кроме того, стандарты ISO 9000 одинаково применимы для любых форм бизнеса, государственных административных органов и их департаментов, а также общественных организаций.

В малых организациях может и не существовать система управления – работает понятие «наши собственные методы ведения бизнеса». И, скорее всего, в данном случае «методы» не записаны, а находятся в голове управляющего. Чем больше организация и чем больше в ней занято людей, тем больше вероятность наличия в этой организации каких-либо задокументированных процедур, инструкций, форм и отчетов. Это позволяет обеспечить минимальный порядок ведения бизнеса, при котором все не просто «занимаются своим делом», а правильно используют время, деньги и другие ресурсы организации.

Чтобы быть действительно эффективной и результативной, организации следует контролировать ход выполнения своих действий путем их систематизации. Это позволяет обеспечить порядок, при котором никакая существенная деталь не осталась без внимания и каждый четко осознает, кто отвечает за выполнение такого-то задания, в такой-то срок, таким-то образом, по такой-то причине и на таком-то участке.

Стандарты систем управления помогают организации создать модель для дальнейшего формирования и обеспечения работоспособности системы управления. Эта модель объединяет в себе черты абсолютного совершенства. Система управления, которая появляется вслед за моделью или «соответствует стандарту», базируется на прочном фундаменте лучших методов организации работ.

Крупные организации, или организации со сложными процессами, не способны нормально функционировать без систем управления, хотя последние могут именоваться у них совсем иначе. Компании, занятые в таких отраслях, как авиакосмическая, автомобильная, оборонная или фармацевтическая, используют системы управления уже многие и многие годы.

Благодаря стандартам все эти успешные методы управления стали доступны организациям любого типа.

ISO 9000 связан с «управлением качеством». Качество, как и любое другое понятие, может трактоваться по-разному. Стандартное определение «качества» по ISO 9000 опирается на все те свойства продукта (услуги), которые необходимо обеспечить заказчику.

«Управление качеством» состоит из мероприятий, направленных на обеспечение соответствия выпускаемого продукта требованиям заказчика.

Разработанный в конце 1990-х гг. стандарт ISO 14000 касается «управления окружающей средой» или «экологического управления». Проще говоря, соответствие данному стандарту должно продемонстрировать, что делает организация для минимизации своего вредного воздействия на окружающую среду.

ISO 9000 и ISO 14000 направлены на методы организации работ в компании, а не на результаты ее деятельности напрямую. То есть оба этих стандарта затрагивают процессы, а не продукты. Тем не менее, очевидно то, как организация подойдет к управлению своими процессами, окажет влияние на конечный продукт. Что касается ISO 9000, это влияние оказывается вне зависимости от того, все ли было сделано для обеспечения его соответствия требованиям заказчика. Примерно также обстоит дело и с ISO 14000 – здесь также сохраняется влияние на конечный продукт независимо от того, все ли делается для уменьшения его вредного воздействия на окружающую среду во время производства или при его утилизации, либо как результат потерь в естественных ресурсах.

Таким образом, не важно, что из себя представляет организация, и чем она занимается. Если ей требуется внедрить систему качества или систему управления окружающей средой, то любая из них располагается рядом базовых черт, прописанных в ISO 9000 и ISO 14000.

КОНЦЕПЦИЯ СТАБИЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Для того чтобы понять, что собой представляет устойчивая экономика и почему она превосходит традиционную, необходимо начать с краткого обзора традиционной экономики.

Концепция традиционного развития начинается с трех «факторов производства»: земли, труда и производственного капитала.

Первоначально за землей признавалась лишь сельскохозяйственная ценность, но с развитием индустриализации как фактор производства она была расширена до сырья: минералов и леса.

Понятие труд охватывает все прямые человеческие усилия в экономической деятельности, хотя на практике оно больше всего связано с простым «подсчетом голов», как в целом «рабочая сила» или как множество безработных.

Под производственным капиталом подразумеваются здания, орудия труда, оборудование.

На рис. 1 овал, названный экономической деятельностью, обозначает процесс, в котором труд с помощью производственного капитала превращает землю (сырье) в товары и услуги.

Некоторые из этих товаров и услуг необходимо инвестировать обратно в факторы производства, для того чтобы сохранить и улучшить их. Следующий овал называется потреблением. Это производство пользы или благосостояния индивидов и домохозяйств.

Эта картина кажется правдоподобной. Однако она пропускает многие важные грани реальной экономической жизни, а те, которые включает, искажает.

Более реалистичная модель экономической деятельности представлена на рис. 2, а именно концепция стабильного развития. Она начинается переходом трех факторов производства в пять сфер богатства.

В соответствии с принятой экономической терминологией все эти богатства называются **капиталом**. С другой стороны это не означает, что их можно рассматривать исключительно как товар, который может купаться и продаваться. Рассмотрим каждую из этих форм капитала.

Экологический капитал рассматривается шире, чем Земля, он включает все природные системы, такие, как атмосфера, биологические системы и даже солнце. Признавая, что эти природные системы значат

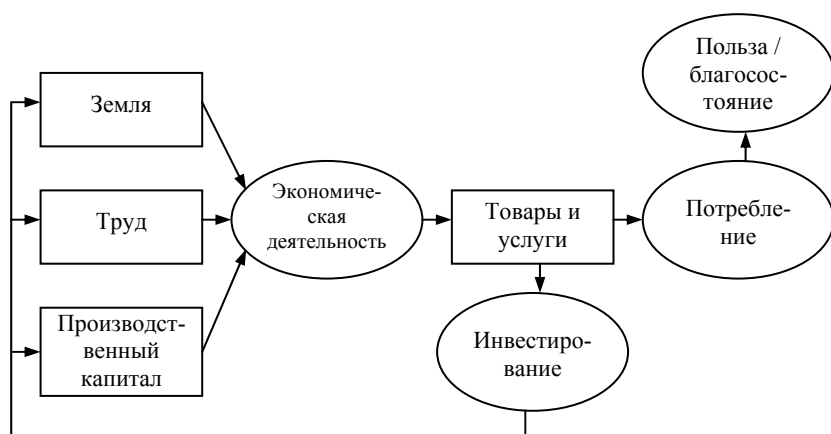


Рис. 1 Концепция традиционной экономики

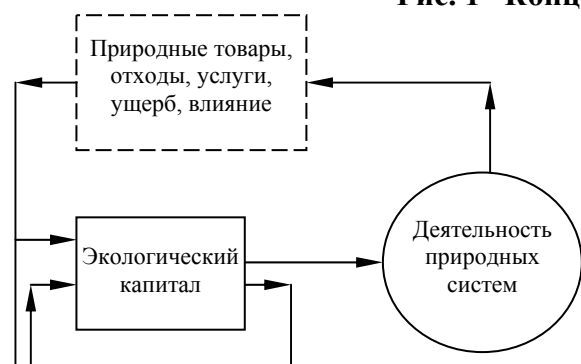


Рис. 2 Концепция стабильного развития
БОЛЬШЕ, ЧЕМ НЕЙТРАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ, РИСУНОК ВКЛЮЧАЕТ ТАКОЙ ЭЛЕМЕНТ, КАК ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРИРОДНЫХ СИСТЕМ, ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОТОРЫХ ЗАВИСИТ ОТ КАЧЕСТВА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО КАПИТАЛА И РЕЗУЛЬТАТЫ КОТОРЫХ ВОЗДЕЙСТВУЮТ НА СОСТОЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО, ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО И ПРОИЗВОДСТВЕННОГО. НАПРИМЕР, ЗАГРЯЗНЕНИЕ АТМОСФЕРЫ, СТАНОВИТСЯ ЧАСТЬЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО КАПИТАЛА. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРИРОДНЫХ СИСТЕМ НИЗВЕРГАЕТ ЭТИ ВЫБРОСЫ В КИСЛОТНЫЕ ДОЖДИ, КОТОРЫЕ НЕБЛАГОПРИЯТНО ВОЗДЕЙСТВУЮТ НА ОЗЕРА И ЛЕСА (ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ), ЗДОРОВЬЕ ДЫХАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ (ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ), ЗДАНИЯ (ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ) И ДРУГИЕ ВЕЩИ.

Другой аспект динамичного характера природных систем заключается в том, что экологический капитал может самосохраняться и даже самовоспроизводиться. Питаемый солнцем экологический капитал может быть долгосрочным, продолжительным источником огромных человеческих выгод.

Одно из величайших упрощений традиционной картины экономики заключается в идее свободной взаимозаменяемости между капиталами. Это, однако, реально не означает, что если один из трех факторов производства превосходит, то другой, равный или даже превышающий его по ценности, участвует в процессе. Однако, это не так. Многие реальные богатства «экологического капитала», такие, как озоновый слой или комплексные экосистемы, просто не могут быть заменены другими формами капитала.

Аналогичная картина наблюдается с другими четырьмя формами капитала. Между ними имеется обмен, но каждый капитал достаточно уникален и жизненно важен, поэтому взаимозаменяемость между ними сильно ограничена.

Человеческий капитал понимается шире, чем труд. Согласно П. Эйкинсу: «Человеческий капитал состоит из трех компонентов: здоровья, знаний и мастерства, мотивации». Эти три компонента полностью отличаются от материальных форм богатства.

Во-первых, при оптимальных условиях все три компонента скорее укрепляются при использовании, чем изнашиваются.

Во-вторых, они все подчинены скорее экономике умножения, чем экономике дефицита.

Так, если у работника есть мастерство и он учит другого работника, то тем самым он не теряет свое мастерство, в действительности оно даже улучшается в ходе этого процесса. Факторами, ограничивающими человеческий капитал, являются не межличностная конкуренция из-за недостатка здоровья, знаний или мотивации, а скорей время и конкуренция во многих частях мира за право на пищу, чистую воду и другие материальные ресурсы.

Социальный и организационный капитал признает главной формой богатства то, что игнорируется в концепции традиционной экономики.

Он включает все межличностные отношения, благодаря которым функционируют общество и его организации: привычки, нормы, роли, традиции, способы регулирования, политика, т.е. нематериальную часть культуры. Социальный и организационный капитал отличается от человеческого тем, что человеческий капитал связан с каждым человеком, тогда как социальный и организационный капитал, в широком смысле, включает законодательство, управление, чувство общности, динамику семей, а также все искусство и знания, которые стали частью культуры.

Производственный капитал включает, как в концепции традиционной экономики, основные и оборотные средства. Однако в концепции стабильного развития понятие производственного капитала расширено по двум направлениям.

Во-первых, традиционная практика, как правило, подразумевает под производственным капиталом только производственные основные и оборотные средства. В концепции стабильного развития в понятие производственного капитала включаются все активы, как производственные, так и непроизводственные.

Во-вторых, производственный капитал на рис. 2 включает все физическое, что было произведено и не вернулось в окружающую среду, например, все виды продовольствия и произведенных материалов.

Главным ограничителем производственного капитала является экологический капитал. Так, в начале жизненного цикла производственного объекта экологический капитал может обеспечить только ограниченный приток как невозобновимых, так и возобновимых сырьевых ресурсов. На другом конце жизненного цикла, когда объект возвращается в окружающую среду в виде отходов, природные системы ограничиваются в своей способности ассимилировать этот выход производственного капитала и в количественном, и в качественном отношении.

Очень важно в понимании роли производственного капитала обратить внимание на то, что его максимальная ценность заключается в использовании.

Кредитный капитал – еще один фактор, не включенный в концепцию традиционной экономики. Он определяется как накопитель кредитов и обещаний, он включает денежные средства и кредиторскую задолженность, но не ценные бумаги, закрепляющие права собственности. Кредитный капитал может рассматриваться как частный случай социального и организационного капитала (так же, как производственный капитал может быть рассмотрен как частный случай экологического капитала), но для экономического понимания важно то, что он выделяется как отдельный капитал.

Так же, как и другие капиталы, кредитный капитал имеет свои собственные важные характеристики. Его жизненный вклад в экономическую деятельность основывается на двух причинах

Первая – жизненный цикл людей таков, что они нуждаются в инвестировании, когда молоды (это такие вещи, как образование, жилье), они могут производить больше, чем им необходимо потреблять в среднем возрасте, и потребляют больше, чем они могут произвести в старости. Люди нуждаются в механизме, который позволил бы им сосредоточить производительные возможности в середине жизни, а инвестиции и потребление рассредоточить по всей жизни.

Вторая причина заключается в том, что, многие товары и услуги могут обладать большей ценностью, чем они в действительности стоят и в быту, и в производстве.

Реальная ценность кредитного капитала в обществе в целом зависит от того, как он используется, и кто от него получает выгоду.

Как и на рис. 1, эти пять капиталов соединяются вместе, в различных пропорциях, поддерживая некую деятельность. Однако есть новое дополнение – это четкое признание времени как ограниченного ресурса, который должен быть учтен в разнообразных альтернативных вариантах деятельности.

Другое изменение концепции стабильного развития состоит в том, что термин экономическая деятельность расширен здесь до любой человеческой деятельности.

Из человеческой деятельности выходят два потока. Один из них может показаться вполне аналогичным товарам и услугам на рис. 1, но содержание потока и структура рис. 2 значительно отличаются. Сначала по содержанию: термин товары и услуги на рис. 2 расширен за счет признания того, что отходы и ущерб также являются частью экономической реальности. Кроме того, добавлены, переводы, покрывающие изменения в кредитном капитале и определенный обмен среди других капиталов.

Товары, Отходы, Услуги, Ущерб и Переводы – все это возвращается к пяти капиталам. Этот поток разбивается на две части: Инвестирование и Потребление с Инвестированием, идущим назад.

Понятия инвестирования и потребления, использованные на рис. 1, существенно упрощены. Например, на рис. 1 нет способа показать, что потребление (в качестве использования энергии и материалов) рассматривается как часть производства товаров.

Концепция стабильного развития изменила эти понятия на более сложные и более реалистичные категории входов и выходов из различных капиталов. На этом рисунке, инвестирование и потребление не разные категории.

На рис. 2 видно, что не все выходы заканчиваются потреблением. С другой стороны, не все входы могут быть классифицированы как инвестирование.

В центре рис. 2 находится овал, названный Человеческое качество жизни. Этот показатель соответствует Полезности/Богатству на рисунке.

Данный показатель является логическим концом диаграммы, так как Качество жизни – это интегрированная часть системы. Таким образом учет концепции стабильного развития экономики позволит решить задачу повышения качества жизни населения региона с учетом имеющихся ресурсов и временного фактора.

А.В. Пархоменко

СТОХАСТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ОПЕРАТИВНОГО ПЛАНА ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ РИСКА

В традиционной постановке задача планирования производственной программы по критерию максимизации маржинальной прибыли имеет вид:

$$F = \sum m_j x_j \rightarrow \max, \quad x_j \geq 0, \quad j = 1, \dots, J,$$

где m_j – сумма покрытия j -го изделия; x_j – объем производства j -го изделия; J – количество видов изделий.

В математических моделях линейного программирования коэффициенты целевых функций и ограничения принимаются в виде констант. Данный подход возможен лишь в идеальной ситуации, в реальных условиях планирования производственной программы следует перейти к случайным величинам, а, следовательно, к нелинейным моделям.

Для задачи максимизации маржинальной прибыли случайными величинами являются: маржинальная прибыль m_j , коэффициенты использования ресурсов b_j и ограничения по ресурсам B_j . На величину маржинальной прибыли влияют факторы, связанные с ценообразованием: уровень инфляции, кривые спроса и предложения, объем затрат предприятия и конкурентов и др. Можно выделить внутренние C_v , связанные с затратами, и внешние факторы p , обусловленные емкостью рынка в условиях рыночной экономики.

Коэффициенты использования ресурсов определяются технологией производства и чаще всего случайными не являются, хотя и допускаются технологические отклонения. Случайный характер ограничений на ресурсы связан с неравномерностью поставок сырья и материалов, ценами на ресурсы, сезон-

ными и другими факторами. Задача, в которой параметры являются случайными числами, относится к классу задач стохастического программирования.

Случайный характер ограничений на ресурсы связан с неравномерностью поставок сырья и материалов, ценами на ресурсы, сезонными и другими факторами.

На практике обычно принимают, что случайные величины подчиняются нормальному закону распределения, заданному математическим ожиданием и дисперсией.

Математическое ожидание случайной величины x определяет ее среднее значение:

$$M[x] = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^I x_i .$$

Среднее квадратическое отклонение $\sigma [x]$ определяет разброс значений случайной величины относительно ее математического ожидания

$$\sigma[x] = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^I (x_i - M[x])^2}{n-1}} .$$

Нормальный закон распределения случайной величины характеризуется плотностью и функцией распределения.

График плотности распределения показывает наиболее вероятные значения случайной величины. Плотность распределения рассчитывается по формуле:

$$f(x) = \frac{1}{\sigma\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{(x-M[x])^2}{2\sigma^2}} .$$

Функция распределения дает возможность определить вероятность появления случайной величины в заданном диапазоне значений. Функция распределения имеет вид:

$$F(x) = \int_{-\infty}^x f(x) dx .$$

Стохастическая постановка целевой функции может быть двух видов: M -постановка и P -постановка. При P -постановке осуществляется максимизация вероятности получения максимального (минимального) значения. При M -постановке случайная величина заменяется ее математическим ожиданием, и задача сводится к оптимизации детерминированной целевой функции.

Детерминированный аналог задачи максимизации маржинальной прибыли имеет вид:

$$M[F] = \sum_{j=1}^J M[m_j] x_j \rightarrow \max ;$$

$$\sum_{j=1}^J M[b_{ij}] x_j + t(\alpha) W_i \leq M[B_i];$$

$$W_i = \sqrt{\sum_{j=1}^J \sigma^2 [b_{ij}] x_j^2 + \sigma^2 [B_i]};$$

$$x_j \geq 0, \quad j = 1, \dots, J, \quad i = 1, \dots, I, \quad d_j \leq x_j \leq D_j .$$

где σ^2 – дисперсия случайной величины; M – математическое ожидание случайной величины; W_i – величина дополнительного i -го ресурса, требуемая вследствие вероятностных исходных данных; $t(\alpha)$ – обратная функция нормального распределения $t(\alpha) = F^* - 1(\alpha)$, позволяющая при заданном уровне вероятности α определить диапазон попадания случайной величины, нормированный, относительно ее среднего квадратичного отклонения; b_{ij} – норма расхода i -го ресурса для производства j -го изделия; B_i – максимальный объем i -го вида ресурса.

Обычно заданный уровень вероятности α рассматривают в диапазоне $0,5 \leq \alpha \leq 1$, поскольку при $\alpha \leq 0,5$ значение функции t (1 – α) = $-t(\alpha)$. В случае $\alpha = 0,5$ решение задачи стохастического программирования соответствует решению задачи линейного программирования, так как $t(\alpha) = 0$.

Функция нормального распределения

$$F^*(t) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^t e^{-t^2/2} dt.$$

Величина m_j зависит не только от затрат, определяемых по статистическим данным предприятия, но и от цены изделия, формируемой условиями рынка.

По нашему мнению необходимо учитывать как внутренние, так и внешние факторы, что позволит более точно определить вариацию маржинальной прибыли

$$M[m] = M[(p - c_v)] - M[c_v],$$

где $M[m]$ – математическое ожидание величины маржинального дохода; $M[p]$ – математическое ожидание цены изделия; $M[C_v]$ – математическое ожидание величины переменных затрат.

Математическое ожидание величины переменных затрат $M[C_v]$ может быть рассчитано по данным предприятия, для этого потребуются статистические данные за период, не менее года.

Математическое ожидание цены изделия $M[p]$ предлагается рассчитывать с использованием модели емкости рынка:

$$Q = \sum_{i=1}^n (N_i W_i D_i R_i \mathcal{E}_p) - B - C,$$

где Q – производственный потенциал рынка; N_i – предприятия, производящие данный вид изделий; W_i – мощность предприятия; D_i – степень загрузки производственных площадей; R_i – степень обеспечения ресурсами; \mathcal{E}_p – эластичность предложения от цен на сырье и готовую продукцию; B – внутреннее производственное потребление; C – часть продукции, производимая конкурентами; n – число i -х производственных предприятий.

Модель емкости рынка в стоимостном выражении будем использовать для оценки вариации цен, в натуральном выражении – для определения максимальных ограничений по объему выпускаемой продукции.

Учет внешних факторов повышает эффективность планирования, поскольку значения, рассчитанные с учетом влияния рыночных факторов, являются более точными, и тем самым уменьшается риск невыполнения плана.

По сравнению с задачей линейного программирования, в детерминированном эквиваленте задачи стохастического программирования в ограничениях по использованию ресурсов выполнен переход к математическим ожиданиям случайных величин: $M[b_{ij}]$, $M[B_i]$. Кроме того, появился дополнительный член $t(\alpha)W_j$, учитывающий все вероятностные факторы: закон распределения случайной величины с помощью

$t(\alpha)$, заданный уровень вероятности α , дисперсии коэффициентов технологической матрицы, равные $\sigma^2[b_{ij}]$ и дисперсии ограничений по ресурсам, равные $\sigma^2[B_i]$.

Поскольку W_i зависит от X_j , а величина X_j , в свою очередь, ограничена значениями d_j и D_j , рекомендуется добавить в модель ограничения:

$$\sqrt{\sum_{j=1}^J \sigma^2[b_{ij}]d_j^2 + \sigma^2[B_i]} \leq W_i \leq \sqrt{\sum_{j=1}^J \sigma^2[b_{ij}]D_j^2 + \sigma^2[B_j]}.$$

Дисперсии случайных величин также можно рассчитать по статистическим данным за предшествующий период. В том случае, когда меру разброса случайной величины относительно ее среднего значения определить сложно, предлагается задать коэффициент вариации $v(x) = \sigma[x] / M[x]$ для расчета среднего квадратичного отклонения.

Детерминированный эквивалент задачи стохастического программирования может быть решен методом множителей Лагранжа, хотя и относится к задачам нелинейного программирования. В зависимо-

сти от степени производной, могут использоваться градиентные методы первого порядка или методы Ньютона (второго порядка).

В задаче принято, что величина маржинальной прибыли в течение периода оперативного планирования равняется ее математическому ожиданию $M[m_j]$. Степень возможного разброса случайной величины может быть определена из анализа устойчивости коэффициентов целевой функции.

Возрастание значения $t(\alpha)W_i$ приводит к ухудшению значения целевой функции, поскольку учет вероятностных исходных данных требует резервирования дополнительного неиспользуемого ресурса. Согласно модели, $t(\alpha)W_i$ зависит от α , $\sigma^2[b_{ij}]$ и $\sigma^2[B_i]$. Дисперсии, в свою очередь, зависят от коэффициента вариации. Таким образом, величинами, определяющими темпы ухудшения оптимального значения целевой функции, являются заданный уровень вероятности (α) и коэффициент вариации (v).

На практике разброс значений элементов технологической матрицы $\sigma^2[b_{ij}]$ стремится к нулю, поскольку величина i -го ресурса для изготовления j -го изделия определяется технологией производства, отклонения от технологии регламентированы минимальными допусками. В этом случае W_i будет оказывать на оптимальное значение менее существенное влияние.

Относительное ухудшение целевой функции рассчитывают по формуле

$$\beta(\alpha, v) = F^* / F,$$

где $\beta(\alpha, v)$ – коэффициент ухудшения целевой функции; F – значение целевой функции, рассчитанное без учета вероятностных исходных данных ($\alpha = 0,5$; $v = 0$); F^* – значение целевой функции, рассчитанное с учетом вероятностных данных.

При случайном характере исходных данных для того, чтобы с большей вероятностью получить оптимальное значение, необходимо уменьшить планируемые величины. Иначе возникнет риск невыполнения плана из-за существенных разбросов в значениях случайных величин. С помощью методов имитационного моделирования можно рассчитать альтернативные варианты для различных значений v и α . Вариация факторов определяется по статистическим данным, однако количество альтернативных вариантов все равно остается большим. Существующие модели предоставляют возможность выбора любого варианта с задаваемым уровнем вероятности. Для повышения эффективности планирования в работе предлагается ограничить количество альтернативных вариантов путем выявления наиболее вероятных для конкретного предприятия с использованием статистических методов.

Количественной мерой степени выполнения плана может служить коэффициент B , а невыполнения плана – $B\sim$, где $B\sim = 1B$. Предположим, что оптимальное решение задачи линейного программирования принято в качестве планового $F\sim$, фактическое значение составило F . Для каждого варианта следует рассчитать коэффициент B ($B\sim$), величина которого может варьироваться в пределах от 0 до 1. Относительная частота (частость) рассчитывается по формуле:

$$\omega = n^* / N,$$

где ω – частота возникновения потерь; n^* – число случаев наступления потерь; N – общее число случаев в статистической выборке, считая и случаи выполнения плана.

По сравнению с существующими методами планирования, предложенный способ формирования оперативного плана производства позволяет повысить эффективность планирования за счет более точных значений вариации факторов с учетом не только внутренних, но и внешних условий, кроме того, учет области повышенного риска сокращает количество альтернативных вариантов плана до наиболее вероятных.

План производства, рассчитанный таким образом, позволяет определить виды изделий и их количество в масштабах предприятия или цеха, в зависимости от исходного уровня планирования. Может быть произведена дальнейшая детализация вплоть до центров затрат.

Е.Л. Пархоменко

МОДЕЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Методы моделирования вместе с другими экономическими науками имеют общий объект исследования – экономику как социально-экономическую систему. Экономико-математические методы и модели имеют свое направление исследования этого объекта, свой собственный предмет – в первую очередь количественные взаимосвязи и закономерности текущего функционирования и развития этого объекта. Используемые научные методы, прежде всего математические, сами становятся объектом исследования.

В отсутствие возможностей экспериментирования над реальными экономическими системами моделирование служит мощным инструментом исследования объектов косвенным путем при помощи анализа некоторых других вспомогательных объектов. Эти объекты и называются моделями.

В теории и практике моделирования существует ряд методов, позволяющих оценить, насколько модель адекватна реальной системе, которую мы исследуем. Это процедуры идентификации, верификации модели – проверки, насколько модельные значения основных показателей (выходов системы) близки к фактическим для ретроспективных данных. Если модель носит прогностический характер, то по мере накопления информации о соответствии реальных данных модельным можно судить об адекватности модели. В случае, когда расхождения между ними превышают допустимый порог, приходится констатировать неадекватность модели исследуемой системе. Возникает необходимость пересмотра основных посылок, гипотез, положенных в основу построения модели, либо их пополнения новыми и т.д. С учетом этих изменений, исследователь строит новую модель, и вновь пытается добиться приемлемого соответствия ее поведению реального экономического объекта.

В результате, процесс построения модели носит последовательный, итеративный характер.

Однако попытка детально учесть все факторы, влияющие на поведение исследуемого объекта, как правило, бывает безуспешной и малопродуктивной. Дело в том, что моделирование имеет и другое, более важное для научного анализа значение. Модели воспроизводят лишь некоторые, но наиболее важные для конкретного исследования стороны экономического объекта (системы), поэтому моделирование позволяет выявить наиболее существенные факторы, ответственные за различные свойства исследуемой системы.

Любая деятельность, будь то научная, медицинская, экономическая, военная или юридическая, прежде всего предполагает объект, на который она направлена. В качестве объектов выступают сложные экономические ситуации, имеющие в своем составе взаимосвязанные элементы экономических отношений. Деятельность всегда совершается для чего-то и в этом смысле имеет свои цели и задачи. На микроуровне основной целью участников инновационной деятельности является рациональная организация процесса создания новации, которая обеспечивает ее максимальную эффективность. На макроуровне, агрегирующем индивидуальные объекты и субъекты рыночных отношений, общепризнанными являются такие экономические цели, как экономический рост, занятость, экономическая эффективность, стабильный уровень цен, экономическая свобода, справедливое распределение доходов и др. В каждой конкретной области и для каждого вида инноваций в зависимости от условий и внешних воздействий на объект она осуществляется в определенных формах, определенными методами и средствами.

Для инновационной деятельности можно выделить качественно различные ее стадии. Так что одни и те же действия, совершенные на разных стадиях деятельности, имеют иной смысл и значение. Наконец, практическую реализацию деятельности осуществляют ее субъекты. Таким образом, инновационная деятельность классифицируется в пространстве целей, объектов, субъектов, форм, методов, средств, стадий, места, времени и условий. Элементарные действия или события деятельности представляют собой точки в таком пространстве, а упорядоченные потоки событий – траектории (рис. 1).

Организационная единица при возникновении какой-либо проблемы в своей деятельности, прежде чем оказать то или иное воздействие на объект, часто нуждается в поиске ответов на следующие основные вопросы: что делать, как делать, кто будет делать, с помощью чего, где, когда. Кроме того, субъект часто нуждается в идентификации проблем своей деятельности.

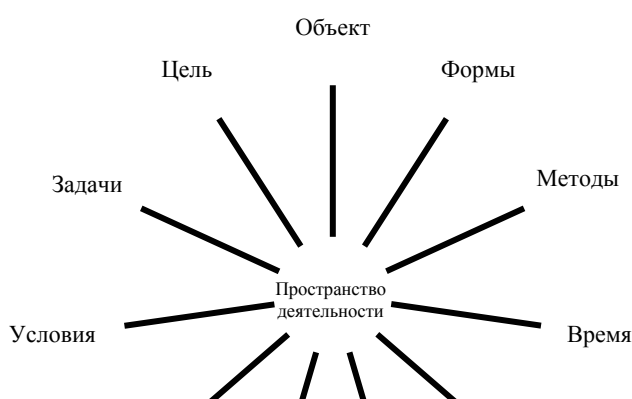


Рис. 1 Пространство описания деятельности

Под упорядоченной деятельностью мы понимаем целенаправленное воздействие на объект, с тем, чтобы перевести его в требуемое состояние. Упорядоченная (или целенаправленная) деятельность может быть представлена кибернетической моделью (рис. 2). Согласно этой модели объект в общем случае находится под воздействием собственной, а также внешней деятельности. Воздействуя на объект, мы определяем в качестве цели достижение определенного состояния. Для этого в процессе деятельности состояние объекта постоянно контролируется и в зависимости от того, насколько оно отличается от требуемого, прогнозируемой динамики его изменения, а также от условий, в которых принимается решение, осуществляется выбор формы, метода, средства, стадии, места и времени оказания очередного воздействия на объект через конкретных субъектов деятельности. Сама цель также подвергается коррекции (а иногда и переопределению) на основании результатов деятельности и прогноза изменения состояния объекта.

Исходя из данной модели, для обеспечения упорядоченных форм деятельности организационной единицы необходимо:

- 1) оценивать состояние объекта;
- 2) предсказывать изменения состояния объекта под воздействием внешней деятельности;
- 3) обосновывать, почему могут произойти предсказываемые изменения;

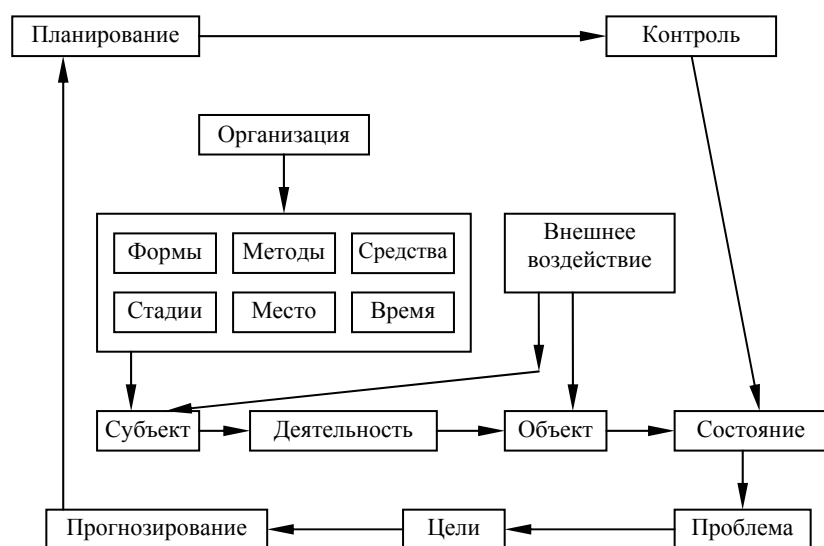


Рис. 2 Кибернетическая модель деятельности

- 4) сравнивать данное состояние с требуемым (целевым);
- 5) рекомендовать, что нужно делать в данной ситуации с учетом складывающихся условий;
- 6) рекомендовать, какие формы, методы и средства необходимо избрать для реализации задачи;
- 7) рекомендовать место, время и стадию оказания воздействия на объект;
- 8) рекомендовать, кому поручить реализацию выбранного воздействия.

Кроме того, должны учитываться накопленные данные о результатах применения рекомендуемых правил в аналогичных ситуациях, которые определяют так называемую степень риска.

Б.И. ГЕРАСИМОВ, Л.Г. ГУРОВА, В.М. ЗОЛОТУХИНА

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Основной проблемой переходной экономики является обеспечение экономической безопасности, поддержание стабильности и устойчивости социально-экономической системы как для субъектов Федерации, так и в целом для страны.

Одним из важных оценочных показателей экономической безопасности является валовой региональный продукт (ВРП), характеризующий уровень экономического развития и результаты экономической деятельности всех хозяйствующих субъектов области.

Валовой региональный продукт – ключевой показатель системы национальных счетов (СНС) на областном уровне, рассчитываемый как сумма валовых добавленных стоимостей (ВДС) всех отраслей экономики.

Валовая добавленная стоимость представляет собой разность выпуска товаров, услуг и промежуточного потребления, т.е. стоимости товаров и услуг, полностью трансформированных или потребленных в процессе производства.

Абсолютный размер ВРП является объективным показателем вклада области в экономику страны, поскольку суммарный ВРП всех регионов составляет около 90 % валового внутреннего продукта (ВВП) России.

Методологически ВРП тесно связан с другими социально-экономическими показателями, динамика которых за 1995 – 2001 гг. приведена в табл. 1, и которые также применяются в качестве критериев для оценки состояния экономической безопасности региона.

Среднегодовые значения важнейших социально-экономических показателей за последние два года оказались более успешными, чем в предыдущие годы, что нашло свое отражение в динамике производства ВРП (табл. 1).

Начиная с 1999 г. в Тамбовской области сложилась положительная динамика производства ВРП, вместе с тем начиная с 2001 г. наметилась тенденция к ее замедлению.

Рост объемов ВРП в эти годы нашел свое отражение в относительно высоких темпах роста основных макроэкономических показателей – промышленной и сельскохозяйственной продукции, розничного товарооборота, перевозок грузов, инвестиций в основной капитал. Эти положительные явления сопровождались относительно умеренными условиями инфляции и безработицы, ростом реальных денежных доходов населения.

По предварительным данным, положительные тенденции продолжились и в 2003 г. – индекс выпуска базовых отраслей экономики, составляющих около 80 % произведенного ВРП в среднем за девять месяцев составил 105,4 %, в том числе промышленного производства – 104,6 %, сельского хозяйства – 105,0 %, строительства – 105,5 %, розничной торговли – 113,3 %.

Наиболее полный анализ динамики производства ВРП Тамбовской области дает сравнение с другими регионами и общероссийскими показателями, обеспеченное единством методологии расчета ВРП во всех субъектах Российской Федерации.

Из табл. 2 видно, что по среднему уровню ВРП область стабильно держится в числе последних среди других регионов России. Этот показатель в 2001 г. составил 26 756,9 р., что в 2,3 раза ниже среднего ВВП по России (62 448,0 р.). По производству ВРП на душу населения Тамбовская область в 2001 г. заняла 15 место в Российской Федерации (из 79 субъектов Федерации), а из 18 регионов Центрального федерального округа – 15 место, оставив за собой лишь Брянскую, Воронежскую и Ивановскую области.

Для выявления наметившихся тенденций и для более конкретных выводов проведем дополнительный анализ. Для этого представим динамику ВРП графически и построим тренд, который представляет собой общую тенденцию развития ряда динамики, исчисляемую с помощью методов математической статистики (методом аналитического выравнивания).

Тренд рассчитаем, исходя из уравнения прямолинейной функции способом отсчета времени от условного начала,

$$y_t = a_0 + a_1 t,$$

где a_0 , a_1 – параметры уравнения; t – обозначение времени.

2 ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОИЗВОДСТВА ВРП ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ В СРАВНЕНИИ С ПОКАЗАТЕЛЯМИ ВРП ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА (ЦФО) И ВВП РОССИИ

Показатель	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.
В текущих ценах:							

ВРП Тамбовской области, млн. р.; до 1998 г. млрд. р.	6547,8	8260,0	8931,2	10528,5	17963,6	25015,6	33367,2
Удельный вес ВРП Тамбовской области, в % в ВРП ЦФО	1,85	1,64	1,46	1,48	1,35	1,22	1,29
ВВП России	0,46	0,41	0,38	0,40	0,37	0,34	0,37
Среднедушевой ВРП Тамбовской области, рублей; до 1998 г. – тыс. р.	4987,3	6322,3	6884,4	8180,0	14081,9	19820,7	26756,9
Место, занимаемое в ЦФО	18	18	17	16	16	16	15
Место, занимаемое в России	69	69	70	65	63	64	62
В процентах к: среднедушевому ВРП по ЦФО	53,4	47,3	42,3	43,0	39,3	35,8	49,3
среднедушевому ВВП по России	51,7	46,5	43,3	45,7	42,7	39,5	42,8
В сопоставимых ценах: к предыдущему году, в %: ВРП Тамбовской области	86,2	89,9	101,3	99,1	109,1	112,0	109,5
ВРП ЦФО	–	–	106,2	94,7	106,3	114,9	103,7
ВВП России	95,9	96,4	101,4	94,7	106,4	110,0	105,0

ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛ. 2

Показатель	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.
к базисному году, в %: ВРП Тамбовской области	100	89,9	91,1	90,2	98,5	110,3	120,8
ВРП ЦФО *	...	100	106,2	100,6	106,9	122,8	127,4
ВВП России	100	96,4	97,7	92,5	98,4	108,3	113,7

* В связи с отсутствием данных за базисный взят уровень 1996 г.

На основании вычисленных параметров трендовые модели функций имеют вид (рис. 1):

- для динамики ВРП Тамбовской области

$$y_t = 103,5 + 3,2t;$$

- для динамики ВВП России

$$y_t = 102,3 + 1,9t.$$

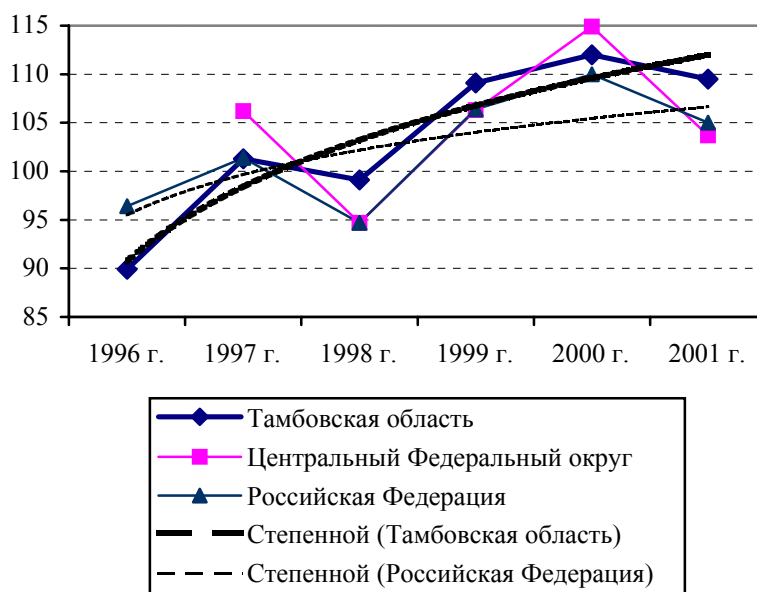


Рис. 1 Динамика ВРП Тамбовской области, Центрального Федерального округа и ВВП России (в % к предыдущему году)

Исходя из полученных трендовых моделей функций, можно сделать следующие выводы:

- параметр a_0 представляет собой среднее значение ряда динамики, таким образом средний за период уровень темпов роста ВРП Тамбовской области на 1,2 % ($103,5 - 102,3$) выше, чем по России в целом;
- параметр $a_1 > 0$, следовательно данные динамические ряды за исследуемый период возрастают, при этом ежегодный темп прироста в 1,7 раза ($3,2 : 1,9$) выше, чем по России.

По полученной модели тренда с учетом 2002 г. ($y_t = 102,8 + 1,11t$) рассчитаем прогнозную оценку темпа роста ВРП Тамбовской области за 2003 г. Она составит 107,2 %, что в целом подтверждается имеющимся значением индекса базовых отраслей за девять месяцев текущего года (105,4 %).

Также более подробно рассмотрим изменение среднедушевого уровня ВРП (ВВП) за 1995 – 2001 гг., для чего рассчитаем и сравним между собой некоторые дополнительные показатели каждого динамического ряда по уровню производства ВРП (ВВП) на душу населения (табл. 3).

Определим средние величины данных динамических рядов для получения обобщающих показателей динамики:

- средний уровень производства ВРП (ВВП) на душу населения, р.: по Тамбовской области – 12 433,4, по ЦФО – 31 323,3, по России – 28 949,0;
- средний абсолютный прирост производства ВРП (ВВП) на душу населения, р.: по Тамбовской области – 3628,3, по ЦФО – 10 114,8, по России – 8800,8;
- средний темп роста производства ВРП (ВВП) на душу населения, %: по Тамбовской области – 133,8, по ЦФО – 141,9, по России – 138,5.

По итогам проведенных расчетов видно, что несмотря на близкий по уровню темп роста за период (133,8 % против 138,5 %), среднедушевое производство ВРП в Тамбовской области значительно ниже, чем в ЦФО (на 60,3 %) и России (на 57,1 %).

Это обусловлено тем, что наполняемость каждого процента прироста была различной. По Тамбовской области 1 % прироста составил всего лишь 29 р. на человека, тогда как в ЦФО – 48 р., а в среднем по России – 53 р.

Непосредственно положение области среди других регионов России можно увидеть, если проранжировать субъекты РФ по этому показателю и рассчитать дополнительные средние показатели – моду и медиану интервального ряда.

Необходимые расчеты проведем по показателю «производство ВРП на душу населения по регионам России за 2001 г.» (рис. 2).

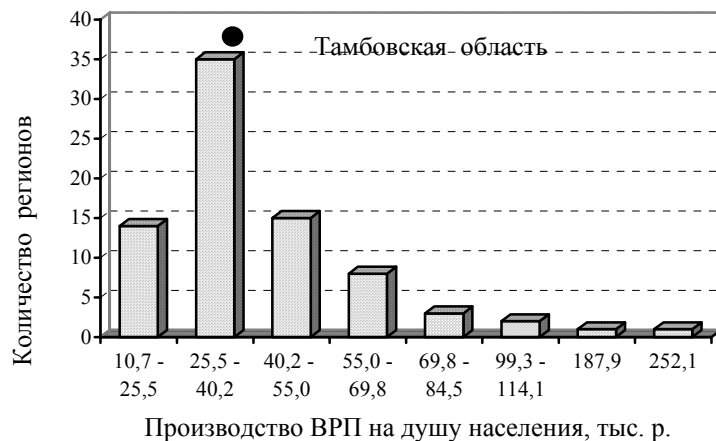


Рис. 2 Распределение субъектов РФ по производству ВРП на душу населения

Мода (M_o) – наиболее часто встречающийся уровень среднедушевого производства ВРП, т.е. такое его значение, вокруг которого концентрируется большее число регионов.

Медиана (M_e) – значение среднедушевого ВРП региона, расположенной в середине ранжированного ряда и занимающего 40 место среди 79 регионов (для 2001 г. это Смоленская область).

$$M_o = 33\,037,7 \text{ р.}; \quad M_e = 34\,713,2 \text{ р.}$$

В 2001 г. среднедушевое производство ВРП Тамбовской области было меньше модального значения на 19,0 %, медианного – на 22,3 %, в то время как среднедушевое производство ВРП России было выше соответственно в 1,9 и 1,8 раза.

Балансовая взаимосвязь факторов формирования валовой добавленной стоимости в регионе, т.е. взаимосвязь валового выпуска товаров и услуг, налогов и субсидий на продукты и промежуточного потребления отражается в основном счете СНС – счете производства (табл. 4).

Изменение стоимостного объема ВРП под влиянием формирующих его элементов наглядно видно на рис. 3.

Графическое изображение показывает:

- более высокие темпы роста промежуточного потребления, как составляющего элемента по сравнению с ВРП;
- относительно синхронное изменение стоимостных показателей до 1999 г. и резкое увеличение их в период 1999 – 2001 гг.;
- обособленную от изменений остальных показателей динамику затратно-емкости ВРП.

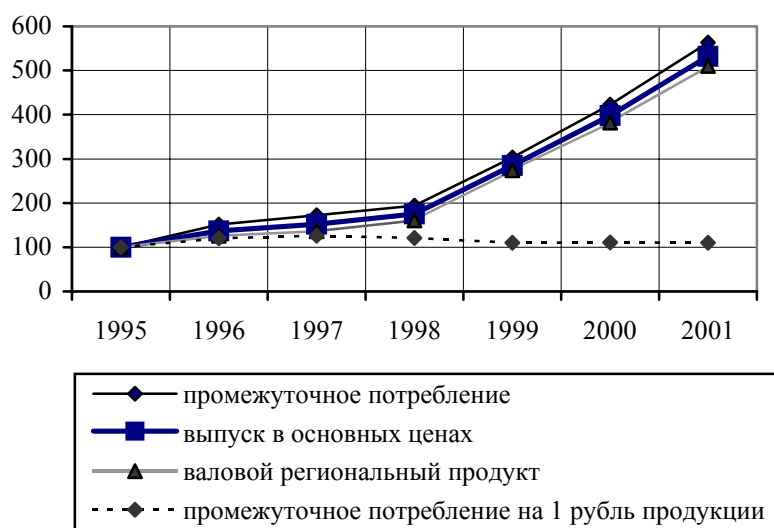


РИС. 3 ТЕМПЫ ИЗМЕНЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ФОРМИРОВАНИЯ ВРП (В % К 1995 Г.)

Изменения отмеченных тенденций к улучшению показателя реального ВРП, наметившиеся в 1999 г. получили дальнейшее развитие в период 2000 – 2001 гг. Так, если в 1998 г. наблюдался спад реального ВРП (на 0,9 %), то начиная с 1999 г., отмечался его рост, и в 2001 г. он составил 109,5 % к уровню 2000 г. При этом индекс-дефлятор составил 121,8 %. По оценке 2002 г. рост ВРП составит 102,4 % при индексе-дефляторе 113,2 %.

В целом сложившаяся за период динамика элементов ВРП характеризуется следующим соотношением индексов 2001 г. к 1995 г. (см. рис. 3):

$$I_{\text{врп}} < I_{\text{в}} < I_{\text{пп}} \quad \text{или} \quad 5,10 < 5,32 < 5,63.$$

На динамику развития экономики области в немалой степени оказывает влияние структура производства и отраслевая структура ВДС (рис. 4).

Анализ структуры ВРП в текущих ценах показывает, что в его производстве существенно возросла доля рыночных услуг – с 24,2 в 1995 г. до 36,1 % в 2001 г. Соответственно упала доля товаров – с 63,0 до 46,0 %. Другими словами, доля рыночных услуг выросла в 1,5 раза, а доля товаров в 1,5 раза упала.

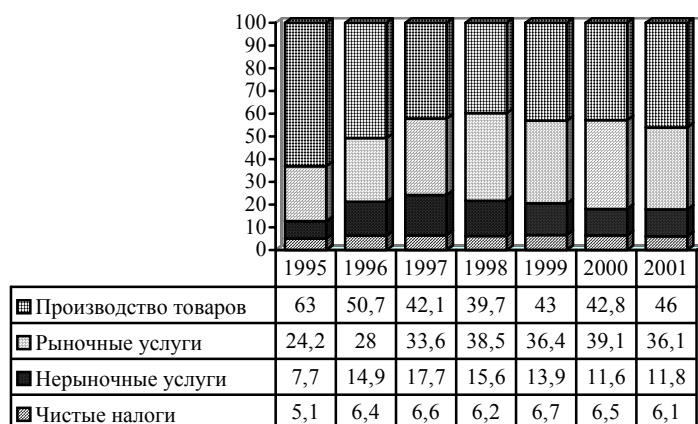


РИС. 4 СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА ВРП (%)

Чистые налоги (как разница между уплаченными территорией налогами и полученными субсидиями на продукт) характеризуют отношения региона с бюджетами разных уровней. Они не оказывают такого сильного влияния на формирования ВРП, как производство товаров и услуг, однако также важны для характеристики экономической ситуации региона. Их доля в структуре ВРП менялась незначительно и находилась примерно в одних и тех же пределах – чуть более 6 %.

В исследуемый период для Тамбовской области характерно ежегодное снижение доли субсидий в налогах на продукты, что определенным образом свидетельствует о некотором оживлении экономики региона.

Проанализируем структурные сдвиги более детально в разрезе всех учитываемых отраслей, сгруппировав их в два сектора: базовый и транзакционный. В состав транзакционного сектора включим торговлю, заготовки, информационно-вычислительное обслуживание, операции с недвижимостью, обслуживание рынка, обслуживание сельского хозяйства, страхование, управление, включая оборону. Все остальные отрасли отнесем к базовому сектору. Отдельные отрасли в СНС фигурируют в составе как рыночных, так и нерыночных услуг, т.е. два раза. Сведем их рыночную и нерыночную части воедино, просуммировав соответствующие показатели в каждом году. Чистые налоги на продукты распределим по отраслям пропорционально объемам валового выпуска. Структура производства ВРП в разрезе базового и транзакционного секторов экономики будет выглядеть следующим образом (табл. 5).

5 СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА ВРП В РАЗРЕЗЕ БАЗОВОГО И ТРАНЗАКЦИОННОГО СЕКТОРОВ ЭКОНОМИКИ (В ТЕКУЩИХ ЦЕНАХ; В % К ИТОГУ)

Показатель	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.	Прирост к 1995 г.
Экономика в целом	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Базовый сектор	83,4	78,0	69,8	65,5	66,3	67,0	69,4	-14,0
промышленность	33,1	28,6	26,2	22,5	22,3	22,4	19,9	-13,2

сельское хозяйство	27,5	19,2	12,7	13,8	19,3	18,7	23,3	-4,2
лесное хозяйство	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	-0,1
строительство	5,3	5,9	5,4	5,4	4,0	4,1	5,4	0,1
прочие производства	0,3	0,2	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3	0,0
транспорт	5,8	1,5	4,1	2,8	6,5	8,1	7,2	1,4
связь	1,5	1,9	2,2	1,9	1,4	1,4	1,5	0,0
геология	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
шоссейное хозяйство	0,4	0,0	0,0	0,4	0,2	0,2	0,2	-0,2
жилищное хозяйство	1,6	7,7	4,6	4,5	2,5	1,8	1,5	-0,1
коммунальное хозяйство	0,8	1,7	2,6	3,1	1,7	1,8	1,7	0,9
бытовое обслуживание	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,0
наука и научное обслуживание	0,3	0,8	0,6	0,5	0,4	0,5	0,4	0,1
здравоохранение	1,0	3,5	3,8	4,3	3,4	3,3	3,3	2,3
образование, культура	5,3	6,6	6,6	5,2	3,8	3,9	4,2	-1,1

ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛ. 5

Показатель	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.	Прирост к 1995 г.
Трансакционный сектор	16,6	21,9	30,1	34,5	33,7	33,0	30,6	14,0
торговля и ком-	13,9	15,4	20,8	23,8	23,7	24,0	22,3	8,4

мерче- ская дея- тель- ность по реализа- ции то- варов и услуг								
заготов- ки	0,5	1,2	1,3	0,7	0,5	0,2	0,2	-0,3
инфор- мацион- но-вы- числитель- ное обслу- живание	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
опера- ции с недви- жимо- стью	0,3	0,2	1,1	1,4	1,8	2,6	2,0	1,7
обслу- живание сельско- го хо- зяйства	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
страхо- вание	0,0	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
управ- ление, включая оборону	1,9	4,7	6,6	8,2	7,3	6,0	5,9	4,0

Как видно из данных табл. 5 резко увеличилась доля участия транзакционного сектора в производстве ВРП. По сравнению с 1995 г. она увеличилась в 1,8 раза.

Все отрасли транзакционного сектора, за исключением заготовок и обслуживания сельского хозяйства, увеличили свои доли в производстве ВРП. Доли таких важнейших отраслей базового сектора, как промышленность и сельское хозяйство, значительно сократились. Происшедшие структурные сдвиги привели к тому, что производимая транзакционным сектором валовая добавленная стоимость стала превышать добавленную стоимость, производимую промышленностью. Добавленная стоимость, производимая торговлей, почти сравнялась с добавленной стоимостью сельского хозяйства. Управление и оборона превзошли здравоохранение и суммарно с ним науку. Операции с недвижимостью теперь производят почти на 18 % больше добавленной стоимости, чем все жилищное хозяйство Тамбовской области.

В составе отраслей, лидирующих в объемах производства валовой добавленной стоимости, произошли изменения (табл. 6).

Во-первых, отрасль промышленности отодвинулась на третье место, уступив свое первенство сельскому хозяйству и торговле. Во-вторых, вместо образования и культуры в группу лидеров вошли управление и оборона. И все же следует отметить тот факт, что как и в 1995 г., так и в 2000 г. характер развития Тамбовской области носит индустриально-аграрную направленность. Если сравнивать отраслевую структуру ВДС по Тамбовской области с российской, то в 2001 г. она имела значительно больший удельный вес сельского хозяйства

(23,3 против 7,4 %) и нерыночных отраслей (12,5 против 7,1 %), значительно меньший – промышленности (19,9 против 33,4 %) и строительства (5,4 против 8,6 %).

Изменение отраслевой структуры ВДС области свидетельствует о том, что экономика области в целом приспособилась к новым условиям хозяйствования и начала обеспечивать расширенное воспроизводство, однако, без сомнения, имеет резервы для более эффективного использования экономического потенциала.

Наряду с объемом и среднедушевым уровнем производства ВРП, важнейшими макроэкономическими показателями являются показатели его использования, которые также характеризуют экономическую активность и уровень жизни населения. Формируемая на территории

6 ОТРАСЛИ – ЛИДЕРЫ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ВРП (%)

1995 г.		2001 г.	
Промышленность	33,1	Сельское хозяйство	23,3
Сельское хозяйство	27,5	Торговля и коммерческая деятельность по реализации товаров и услуг	22,3
Торговля и коммерческая деятельность по реализации товаров и услуг	13,9	Промышленность	19,9
Транспорт	5,8	Транспорт	7,2
Строительство	5,3	Управление, включая оборону	5,9
Образование и культура	5,3	Строительство	5,4

7 СТРУКТУРА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВРП (В ТЕКУЩИХ ЦЕНАХ; В % К ИТОГУ)

Показатель	199	199	199	199	200	200
	6 г.	7 г.	8 г.	9 г.	0 г.	1 г.
Валовой региональный продукт в рыночных ценах	100	100	100	100	100	100
Использование валового регионального продукта в рыночных ценах	125,3	123,2	117,9	105,7	102,4	97,7
в том числе: расходы на конечное потребление	98,0	104,7	104,6	96,1	92,5	86,5
из них: домашних хозяйств	71,9	81,3	78,8	78,0	75,8	69,1
государственных учреждений, оказывающих индивидуальные услуги и некоммерческих организаций, обслуживающих домашние хозяйства	16,1	14,7	13,5	9,1	9,3	9,8

государственных учреждений, оказывающих коллективные услуги	9,9	8,7	12,3	9,0	7,4	7,6
валовое накопление	27,3	18,5	13,3	9,6	9,9	11,2
в том числе:						
валовое накопление основного капитала	16,1	13,6	13,4	5,7	7,0	6,2
изменение запасов материальных оборотных средств	11,2	4,9	-0,1	3,9	2,9	5,0

ласти добавленная стоимость создает основу для функционирования экономики в режиме расширенного производства, формирования денежных доходов домашних хозяйств и валового накопления основного капитала, государственных расходов на развитие медицины, образования, культуры, ЖКХ и других жизненно важных отраслей и сфер деятельности.

Из данных табл. 7 следует, что в 1996 – 2000 гг. объем использования ВРП превышал его производство, а это значит, что наблюдался явный дефицит источников финансирования расходов на потребление и накопление. Это, в свою очередь, вызывало рост задолженности по выплатам заработной платы как в коммерческих, так и в бюджетных организациях, рост задолженности по налогам, а также недостаток оборотных средств предприятий и их убыточность.

Также изменилась и структура использования ВРП. Снижение уровня использования ВРП происходило как за счет уменьшения расходов государственных учреждений, оказывающих индивидуальные и коллективные услуги, так и некоммерческих организаций. Суммарно их удельный вес в объеме ВРП с 1996 г. сократился в 1,5 раза.

Доля валового накопления снизилась за счет статьи «накопление основного капитала», т.е. вложений в основной капитал, что ухудшает воспроизводственные процессы и уровень обновления основных фондов в области.

Тенденция сокращения доли валового накопления капитала в валовом региональном продукте, проявившаяся в регионе еще до финансового кризиса 1998 г., сохранила свою направленность к снижению до 1999 г.

Начиная с 2000 г. наблюдалось некоторое увеличение этой доли (на 0,3 %) по отношению к 1999 г., в 2001 г. рост составил 1,3 % к уровню 2000 г.

Необходимым условием устойчивого экономического роста является оживление инвестиционной деятельности. Инвестиции всегда были инициатором или ограничителем роста производства. В современных условиях возросло взаимодействие инвестиций и производства: не столько капитальные вложения определяют динамику производства, сколько спад производства ограничивает возможность инвестирования.

Рассмотрим более подробно расходы на конечное потребление домашних хозяйств и фактическое конечное потребление домашних хозяйств в Тамбовской области (табл. 8).

Фактическое конечное потребление области в 2001 г. почти на 10 % состояло из расходов домашних хозяйств, в которых 66 % занимала покупка товаров. При этом достаточно отчетливо прослеживается тенденция снижения социальных трансфертов в натуральной форме.

Степень участия государства и некоммерческих организаций в финансировании домашних хозяйств определяется долей социальных трансфертов в фактическом конечном потреблении, которая снизилась за анализируемый период на 6,3 %. Это связано с обострением бюджетных проблем, приведших к снижению бюджетных расходов, и, как следствие, к уменьшению государственных расходов на конечное потребление.

Структура использования ВРП области отличается от использования ВВП России большим удельным весом расходов домашних хозяйств – 69,1 против 47,8 % по России за счет более низкой доли расходов на валовое накопление (6,2 против 22 % по России), что свидетельствует о недостаточных объемах инвестиций в экономику региона.

8 ДИНАМИКА РАСХОДОВ НА КОНЕЧНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ И ФАКТИЧЕСКОЕ КОНЕЧНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ (В % К ВРП)

Показатель	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.
------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

ы на конечное ление домашних хозяйств						
в том числе:						
на покупку товаров						
на покупку услуг						
потребление товаров и услуг в натуральной форме						
ьные трансферты в льной форме						
ческое конечное ление домашних хозяйств						

Фактическое конечное потребление домашних хозяйств, рассчитанное на душу населения, как и среднедушевое производство ВРП, является одним из основных показателей, характеризующих как экономическое положение региона, так и уровень жизни населения (табл. 9).

Средние величины данных динамических рядов составляют:

- средний уровень потребления на душу населения, р.: по Тамбовской области – 10 536,0, по ЦФО – 24 196,9, по России – 16 992,9;
- средний абсолютный прирост потребления на душу населения, р.: по Тамбовской области – 2890,9, по ЦФО – 7158,6, по России – 4726,1;
- средний темп роста потребления на душу населения, %: по Тамбовской области – 141,1, по ЦФО – 145,8, по России – 140,4.

Из приведенных расчетов следует, что динамика среднедушевого потребления резко отличается от динамики среднедушевого производства ВРП в позитивную сторону. Для показателя характерно стабильный на уровне России ежегодный абсолютный прирост, темп роста и наращивания. По сравнению с ЦФО соотношение этих показателей были несколько ниже, но в целом за период Тамбовская область по показателям потребления ВРП занимает более высокие места по регионам России в отличие от показателей производства ВРП.

Это обусловлено не только постоянным ростом цен, но и некоторым повышением уровня жизни населения в 2000 – 2001 гг.

**10 ОСНОВНЫЕ ИНДИКАТОРЫ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ
(В % К ПРЕДЫДУЩЕМУ ГОДУ)**

Показатель	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.
Индекс потреби-	302,8	156,8	115,0	124,2	182,6	124,6	119,8
Реальные цены сельских цен располагаемые денежные до- ходы	77,0	94,8	106,3	88,2	96,1	108,5	114,3
Реальная на- численная за- работная плата	69,5	95,1	102,4	88,9	78,9	112,2	119,0
Номинальная начисленная зарботная плата	210,3	163,5	117,8	110,5	144,0	140,0	142,6
Прожиточный минимум	–	–	114,7	120,2	199,5	104,0	113,6
Численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума, в % ко всему насе- лению	22,0	23,1	21,1	25,0	31,6	47,4	37,8

Обобщающим количественным показателем жизненного уровня населения является рост реальных денежных доходов населения. Реальные денежные доходы выросли к уровню предшествующего года в 2000 г. – на 5 %, в 2001 г. – на 14,3 % (табл. 10).

Более точное определение положения области среди регионов России по уровню среднедушевого потребления дает ранжированный ряд субъектов РФ и сравнение со средними ряда – модой и медианой по данным 2001 г.

Мода (Mo) находится в интервальном ряду от 20,3 до 26,2 тыс. р. с наибольшим значением количества регионов – 29. Медианным значением (Me) является 40-й по значению регион ранжированного ряда (для 2001 г. это Белгородская область).

$$Mo = 22\ 521,7 \text{ р.}; \quad Me = 23\ 056,0 \text{ р.}$$

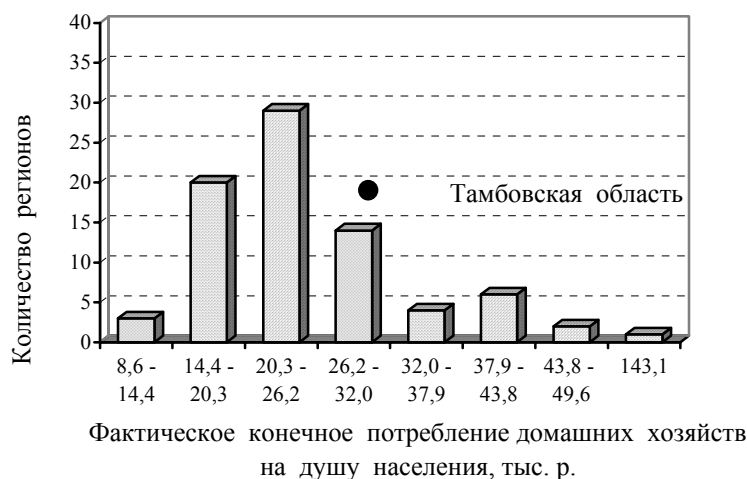


РИС. 5 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СУБЪЕКТОВ РФ ПО УРОВНЮ ФАКТИЧЕСКОГО КОНЕЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ В 2001 Г.

В 2001 г. среднедушевое потребление в Тамбовской области было ниже модального на 6,2 %, медианного – на 8,4 %, в то время как среднее по России – на 39,2 % (см. табл. 8), поскольку показатели моды

и медианы исключают влияние структуры регионов по объему потребления.

При сохранении сложившихся тенденций Тамбовская область по уровню среднедушевого потребления будет и дальше приближаться к модальному и медианному значениям ряда, однако будет отставать от уровня среднероссийского среднедушевого потребления (рис. 5).

Положение области среди других субъектов РФ показывают также индексы относительного положения (I_x и I_y), рассчитанные за 1995 – 2001 гг. по следующим формулам:

$$I_x = (X_{\text{Тамбовской области}} - X_{\min}) / (X_{\max} - X_{\min});$$

$$I_y = (Y_{\text{Тамбовской области}} - Y_{\min}) / (Y_{\max} - Y_{\min}),$$

где X – производство ВРП на душу населения в регионе; Y – фактическое конечное потребление домашних хозяйств на душу населения в регионе.

Результаты расчетов показали следующее (табл. 11).

Динамика I_x и I_y свидетельствует об ухудшении положения Тамбовской области по сравнению с 1995 г., как по уровню среднедушевого производства ВРП, так и по уровню среднедушевого потребления домашних хозяйств среди других регионов России.

11 Динамика показателей I_x и I_y за 1995 – 2001 гг.

Индекс	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.
I_x	0,094	0,064	0,058	0,079	0,088	0,055	0,066
I_y	0,213	0,143	0,106	0,102	0,110	0,114	0,093

Для анализа сложившейся ситуации рассмотрим динамику доли фактического конечного потребления домашних хозяйств в ВРП, которая характеризует взаимосвязь между производством и потреблением ВРП на душу населения (табл. 12).

Как видим, доля потребления по области стабильно выше, чем по ЦФО и России.

Но, несмотря на различие тенденций в динамике показателей, между уровнями среднедушевого производства ВРП и конечного потребления домашних хозяйств есть зависимость (корреляция), для анализа которой можно использовать традиционную линейную регрессионную модель

$$y_x = a_0 + a_1x,$$

где x – среднедушевое производство ВРП, р.; y_x – теоретическое (вероятное) значение среднедушевого фактического конечного потребления домашних хозяйств при заданном значении x , р.; a_1 – коэффициент регрессии, показывающий на сколько рублей в среднем изменился уровень среднедушевого потребления в регионах с изменением среднедушевого производства на 1 р.; a_0 – условный уровень среднедушевого потребления при $x = 0$, р.

12 УДЕЛЬНЫЙ ВЕС ФАКТИЧЕСКОГО КОНЕЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ В ВРП (ВВП) ПО ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ, ЦЕНТРАЛЬНОМУ ФЕДЕРАЛЬНОМУ ОКРУГУ И РОССИИ

Показатель	199 5 г.	199 6 г.	199 7 г.	199 8 г.	199 9 г.	200 0 г.	200 1 г.
Фактическое конечное потребление домашних хозяйств в ВРП (ВВП), %							
по Тамбовской области	75, 6	88, 0	96, 0	92, 3	87, 1	85, 1	78, 9
по ЦФО	82, 4	87, 1	88, 9	91, 2	81, 0	69, 6	72, 3
по России	61, 3	64, 6	67, 8	70, 3	65, 5	58, 4	61, 1

В 2001 г. для регионов получены следующие параметры уравнения регрессии:

$$y_x = 2628,0 + 0,61x,$$

т.е. зависимость потребления от производства по регионам составила 61 %.

Если за x и y принять ранговые места территорий по этим показателям, то уравнение примет вид:

$$y_x = 6,1 + 0,85x,$$

что можно интерпретировать как зависимость места территории по среднедушевому потреблению домашних хозяйств на 85 % от места по его производству.

Для Тамбовской области в 2001 г. при фактическом уровне среднедушевого производства ВРП 26 756,9 р. вероятное значение среднедушевого потребления, согласно полученного уравнения, составит 18 949,7 р. Фактический уровень среднедушевого потребления по области в 2001 г. составил 21 114,9 р., что выше теоретического на 10,2%. Это подтверждает выводы о более высоком, чем в среднем по России, уровне среднедушевого потребления домашних хозяйств в области.

Отдельно для Тамбовской области проведем расчет зависимости (корреляции) показателей в динамике за 1995 – 2001 гг. по линейной модели:

$$y_x = a_0 + a_1x,$$

где x – среднедушевое производство ВРП за 1995 – 2001 гг., р.; y_x – теоретическое (вероятное) значение среднедушевого фактического конечного потребления домашних хозяйств при заданном значении x за 1995 – 2001 гг., р.; a_1 – коэффициент регрессии, показывающий на сколько рублей в среднем изменился уровень среднедушевого потребления за период с изменением среднедушевого производства на 1 р.; a_0 – условный уровень среднедушевого потребления за период при $x = 0$, р.

Уравнение регрессии примет вид:

$$y_x = 1043,2 + 0,78x,$$

т.е. за рассматриваемый период на 1 р. роста среднедушевого производства ВРП потребление в среднем возрастало на 78 к.

Исходя из графика (рис. 6) наглядно видно, что в последний год рост среднедушевого потребления несколько отставал от роста производства относительно среднего за период уровня. Так, в 2001 г. при фактическом уровне среднедушевого производства ВРП 26 756,9 р. теоретическое значение среднедушевого потребления, согласно полученного уравнения, составит 21 913,6 р. Фактически оно составило 21 114,9 р., что на 3,8 % ниже вероятного значения для данного года.

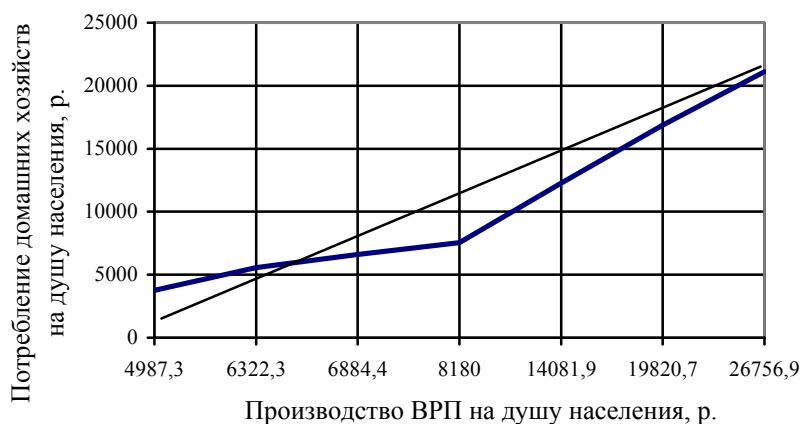


РИС. 6 ПРОИЗВОДСТВО И ФАКТИЧЕСКОЕ КОНЕЧНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ В 1995 – 2001 ГГ.

Проведенный анализ производства и потребления ВРП Тамбовской области показал, что изменение реальных объемов ВРП напрямую зависит от процессов, происходящих в экономике области, а это находит свое отражение в обеспечении экономической безопасности региона. Таким образом, в Тамбовской области имеется ряд факторов, оказывающих положительное влияние на ее экономическую безопасность: увеличение темпов роста ВРП, промышленного и сельскохозяйственного производства, инвестиций, реальных денежных доходов. Однако, нельзя не отметить факторы, оказывающие угрозу ее экономической безопасности: нехватка собственных инвестиционных средств, имущественная дифференциация и высокая доля численности населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума, естественная убыль населения.

Улучшение экономических и социальных показателей жизнедеятельности территории, заключающиеся в формировании и поддержании рациональной макроэкономической структуры, инвестировании и расширении сферы рыночных услуг, снижении издержек, как внутри хозяйственных, так и на макроэкономическом уровне, будут являться необходимым условием экономической безопасности Тамбовской области.

З.-А.С. Салихов

Вопросы оценки контрольно-ревизионной работы администрации городов и районов региона

Планирование является одной из основных стадий проведения контрольного мероприятия. На этом этапе формируются цели контроля, перечень подлежащих проверке вопросов. Указывается объем предстоящих работ и сроки их выполнения. Планирование охватывает все контрольные мероприятия.

При планировании контрольных работ по состоянию контрольно-ревизионной деятельности предусматривается два раздела работ:

- 1) оценка состояния контрольно-ревизионной работы финансового управления администрации города или района;
- 2) разработка конкретных мер по повышению эффективности и результативности работы контрольно-ревизионных органов.

Устанавливаются, ориентировочно, затраты в человеко-днях и сроки сдачи работ по указанным этапам.

Цели контрольного мероприятия – подразумевают те вопросы, которые должны быть выполнены в период контрольной работы. Практически их можно рассматривать как вопросы программы проверки, на которые должны ответить контролеры, эксперты, привлеченные специалисты.

От определения цели зависят способы и формы проведения контроля, соблюдение принципов правил и стандартов.

На формирование целей влияют такие обстоятельства и факторы, как возможности привлечения специалистов контрольно-ревизионной службы, руководителей отделов и подразделений, наличие финансовых ресурсов, транспортных средств. В том случае, если испытывается недостаток в командировочных средствах будет затруднен выезд в некоторые районы, при нехватке соответствующих специалистов, ряд целей контрольного мероприятия будет недостижим.

Цели контрольного мероприятия должны быть ясны для всего персонала, участвующего в данном мероприятии, каждый должен четко представлять какую работу ему предстоит выполнить, что от него ожидают, какую роль он играет в достижении общей цели контрольной работы.

В перечне предполагаемых вопросов по оценке состояния контрольно-ревизионной работы финансового органа состоят:

- применяемые принципы при формировании перспективных и текущих планов ревизий финансово-хозяйственной деятельности и тематических проверок предприятий и организаций;
- показатели, характеризующие работу контролеров-ревизоров: суммы выявленных незаконных расходов, хищений и растрат, допущенных материально ответственными лицами, незаконные расходы, суммы, поступившие в возмещение причиненного ущерба государству и др.;
- разбор актов и справок ревизий тематических проверок на предмет составления их действующим требованием по соблюдению последовательности и технологий ревизионного процесса. Сюда относятся вопросы планирования ревизионных действий, составление программ ревизии, разработка детальных рабочих планов, какие способы фактического контроля имеются в арсенале проверяющих;
- выбор ревизионных материалов подлежащих экспертизе, как по количеству, так и по направлениям ревизионной деятельности и другим обстоятельствам и факторам. Существующая практика по данной тематике показала, что при выборе материалов ревизии следует руководствоваться направлениями ревизионной деятельности, их предметности, как-то: бюджетные организации, хозяйственные, материалы проверок по поручениям губернатора, глав администраций, материалы проверок по заданию правоохранительных органов и органов дознания.

Немаловажным фактором поддержания должной результативности является проводимая работа по повышению квалификации работников ревизионного аппарата.

В части разработки мер по повышению эффективности работы контрольно-ревизионных органов исполнительной власти нельзя обойти вниманием такие вопросы как:

- разработка подходов по формированию скоординированных планов всех контролирующих органов данного административного района;
- проекты реформирования структуры ревизионного аппарата;
- составление плана повышения квалификации с последующей профессиональной аттестацией работников контроля.

В зависимости от территориальной особенности, наличия в регионе объектов контроля, специфики занятости и отраслевой направленности края, города, района, их социально-экономического развития возможен дополнительный перечень вопросов согласно перечисленным обстоятельствам.

Важность вопросов проверки для пользователей. При планировании контрольного мероприятия необходимо осознавать важность вопросов, подвергаемых проверке, какие последствия они несут в себе, какова их эффективность в тех или иных направлениях.

Важность затрагиваемых вопросов проверок определяется предпосылками и условиями, причинами и основаниями предшествующих проверкам и ревизиям. Это могут быть:

- 1) поручение губернатора по конкретным муниципальным образованиям регионов;
- 2) проведение контрольных мероприятий совместно с Контрольно-счетной Палатой региона;
- 3) по инициативе вновь избранного главы администрации;
- 4) инициирование ряда проверок депутатским корпусом областного Законодательного собрания, Городской думы или Земского собрания;
- 5) решение вопроса о выделении бюджетных средств муниципальным образованиям по принимаемым программам;

- 6) проведение комплексных ревизий исполнения бюджетов городов и районов по линии контрольно-ревизионных отделов финансового управления областной администрации;
- 7) по инициативе отдела контроля областной администрации;
- 8) в ряде иных случаев и других обстоятельств.

Основными пользователями информации по результатам проведенных контрольных мероприятий являются должностные лица органов представительной и исполнительной властей. На современном этапе все большую заинтересованность проявляют депутаты всех уровней, представители прессы, отдельные граждане. При соблюдении интересов этой категории пользователей само контрольное мероприятие может иметь специфические особенности с соответствующими выводами.

Понимание деятельности и политики контрольно-ревизионного органа. На этапе предварительного планирования следует тщательно изучить деятельность контрольного органа, иметь достаточно ясное представление о целях и задачах его издания и функционирования – это, в конечном счете, по большому счету может повлиять на избираемую затем методику проведения проверки и оценки ревизионной деятельности.

Для этого необходимо рассмотреть следующие материалы:

- концепцию контрольно-ревизионной политики финансового управления администрации, ее стратегию и тактику;
- нормативно-правовой акт создания ревизионной службы;
- постановления главы муниципального образования, касающиеся организации контроля за целевым и эффективным использованием бюджетных и внебюджетных средств;
- положение о контрольно-ревизионном отделе финансово-экономического управления администрации;
- разработки, регламентирующие порядок проведения ревизий и тематических проверок финансово-хозяйственной деятельности предприятий и бюджетных организаций;
- разработан ли порядок взаимодействия контрольно-ревизионного отдела финансового управления с отделом внутренних дел административного деления, прокуратуры, отделом борьбы с экономическими преступлениями и другими органами дознания;
- соблюдаются ли нормативно правовые акты, регулирующие порядок планирования, организации, проведения и оформления контрольных мероприятий;
- достоверность отчетности о контрольно-ревизионной деятельности.

Понимание действительности необходимо на всех этапах ревизионной работы, а именно:

- планирование и организация ревизий финансово-хозяйственной деятельности субъектов либо сохранности денежных средств и материальных ценностей;
- проведение тематических проверок по контролю за целевым и рациональным использованием, как бюджетных средств, так и иных;
- на стадии разработки профилактических мероприятий по устранению причин и условий, способствующих хищению государственных средств, фактов хищений материальных ценностей и денежных средств.

Деятельность контрольно-ревизионного органа зависит от уровня квалификации специалистов, наличия стажа работы по соответствующему профилю, наличие опыта работы в различных органах контроля, участвующих в данном контрольном мероприятии. Необходимо определить максимальное влияние внешних факторов на деятельность и независимость ревизионного органа. Детальный анализ возможен только в процессе проведения самого мероприятия.

Прежде всего, необходимо выяснить особенности объекта, применяемые формы контроля, варианты реализации результатов тематических проверок, специфику контроля мероприятий.

Специалистам рекомендуется установить:

- организационно управленческую структуру контрольно-ревизионного органа, наличие отделов, секторов, управлений и служб;
- главные задачи отдела и перечень контрольных мероприятий используемых в ревизионной практике;
- основные объекты ревизий и контроля;
- основные направления контрольно-ревизионной деятельности, какова стратегическая цель, обозначенная перед специалистами ревизионной службы на объекте;
- разработана ли, существует ли и каким образом действует стратегия внутреннего контроля;
- действующую систему оплаты и порядок премирования персонала за показатели работы, заинтересованность самих исполнителей в повышении эффективности ревизионной работы.

Источниками такой информации являются:

- постановление мэра или главы муниципального образования;
- соответствующие положения как о контрольно-ревизионной службе, так внутренних подразделениях (отдела, сектора, правления);
- протоколы и соглашения о координации всех контролирующих служб и ведомств администрации;
- инструкции, указания о порядке планирования и организации ревизии и тематических проверок;
- протоколы производственных совещаний по результатам работы за отчетный период;
- журналы учета проведенных занятий с персоналом отделов;
- протоколы разбора отдельных материалов ревизий и тематических проверок;
- сведения в результате бесед с сотрудниками ревизионной службы;
- переписка с правоохранительными органами, по организации совместной деятельности в части обеспечения мер по обеспечению сохранности государственной собственности в административном районе;
- судебные и арбитражные иски;
- планы повышения квалификации работников отдела и личные планы специалистов.

Не смотря на перечисленные выше источники информации, самым существенным является, непосредственный разбор актов ревизий и проверок, как с руководителем ревизионной группы, так и рядовыми контролерами. Это наиболее достоверный источник для понимания сути ревизионной работы. На конкретных материалах проверки имеется возможность подготовки объективных выводов по эффективности контрольно-ревизионной работы муниципального образования.

Основные подходы и приемы изучения деятельности ревизионных органов таковы:

- разбор всех стадий ревизионного процесса;
- сбор и изучение информации о кадровом составе ревизионного органа;
- выявление особенностей проведения плановых ревизий, по поручению администрации, по заданию правоохранительных органов;
- установить перечень применяемых приемов и способов контроля при проведении ревизий и проверок;
- обзор принципов заложенных в основе формирования перспективных и текущих планов контрольно-ревизионной работы;
- анализ показателей работы эффективности контрольного аппарата;
- эффективность мероприятий разработанных ревизионным аппаратом по профилактике и предупреждению фактов присвоения, обналичивания и разбазаривания муниципального имущества;
- увязка качественных показателей работы ревизоров с вопросами материального поощрения отличившихся;
- характеристика системы внутреннего контроля за качеством ревизионных материалов.

Знание сущности деятельности анализируемого объекта необходимо и значимо для организации контрольного мероприятия в целях:

- рационального планирования контрольного мероприятия;
- результативности его проведения;
- выбора методов выполнения аналитических процедур;
- подбора наиболее показательных материалов ревизии и проверок для оценки состояния контрольно-ревизионной работы;
- оценки системы внутреннего контроля;
- разработки конкретных мер по повышению результативности контрольно-ревизионных органов.

Доказательства. Под доказательствами при осуществлении контрольных мероприятий понимается такая информация, на основании которой проверяющий может сформулировать личное мнение либо заключение по поводу тех или иных фактов.

Они могут быть документальными, фактическими, свидетельскими или аналитическими.

Фактические доказательства представляют собой натуральную, вещественную форму, отражение действительности, состояние собственности, условий хранения и т.п. выявленные при осмотре контролирующего, оформленные в письменном виде, фотографиях, видеопленку и т.д. Это также могут быть результаты действий контролеров при проведении ревизий такие, как контрольный обмер объема выполненных ремонтно-строительных работ, контрольный запуск сырья и материалов в производство и ряд других. Эти действия могут служить основой для последующих выводов о достоверности отчетных данных по объемам выполненных работ или оказанных услуг, реальности применяемых норм на списание сырья при производстве продукции, устранение ряда условий для производства неучтенной продукции с последующим присвоением выручки, полученной за нее.

Документальные доказательства – первичные документы бухгалтерского учета, отчеты финансовые, бухгалтерские, статистические, контракты, договора, письма, соглашения, документы служб внутреннего аудита и контроля.

Свидетельские доказательства – результаты истребования объяснительных от должностных, материально-ответственных и иных лиц, опросов и анкетирования.

Аналитические доказательства проводятся в виде расчетов, сопоставления различных, но взаимосвязанных показателей.

При планировании и исполнении контрольного мероприятия важно правильно определить, какие доказательства будут эффективны и достаточны в каждом конкретном случае для обоснованности в последующем выводов. Вышеуказанные действия в каждом контрольном мероприятии будут полностью зависеть от профессиональных знаний, опыта, квалификации, личности специалиста контрольной службы.

Рабочая документация проверяющего должна содержать сведения обо всех видах использованных доказательств в контрольном мероприятии, что должно быть обязательным требованием при сдаче материалов руководящему составу контрольного органа. Эти доказательства должны быть подробно изложены при оформлении результатов проведенных ревизионных действий, что является важным при оценке действий и установлении меры ответственности виновных должностных лиц.

Анализ показателей эффективности контрольного аппарата. Исходя из имеющихся исследований ведущих теоретиков и практиков российского контроля, можно сделать выводы, что на сегодняшний день нет единого взгляда на показатель эффективности контрольно-ревизионного аппарата.

На текущий момент общепринято, когда сопоставляются незаконные нецелевые расходы на один рубль содержания фискального аппарата.

Дополнительно производится уточнение сумм возмещенных государству ранее причиненного ущерба, в виде нецелевого и незаконного расходования бюджетных средств, это более реальный показатель. Однако при использовании указанных показателей остается открытым вопрос, какие расходы относить к незаконным, нецелевым, необоснованным.

Срабатывает ведомственный подход к оценке своего труда, а поскольку все органы контроля на сегодняшний день по сути своей являются ведомственными, уклон идет в сторону завышения.

Нельзя не отметить, что в отдельных случаях контроль доходит до абсурда. Однако, не смотря на здравый смысл самих контролеров – не имеющих возможности обосновать по сути нецелевые расходы они продолжают исполнять эти указания, вовлекая в этот процесс множество людей, специалистов как проверяемых организаций, самой контролирующей системы федерального казначейства, представителей арбитражных судов различных уровней, не говоря о привлечении консалтинговых, юридических фирм – все это десятки специалистов, большие суммы издержек – при чем это в основе своей вновь бюджетные деньги, при всеобщей занятости государственного аппарата.

Суммы незаконных расходов бюджетных средств во многом могут различаться с реальными данными.

Этому способствует еще и отсутствие общепринятой методики подсчета незаконных и необоснованных расходов для всех контрольных органов. Разные министерства и ведомства используют собственную методику подсчета этих показателей, характеризующих их деятельность, и, в конечном счете, влияющих на собственное бюджетное финансирование.

Показатели работы эффективности контрольного аппарата должны быть индивидуальны как для самого контрольного органа, так и для анализа работы контрольных служб ведомств, министерств, администраций различных уровней.

Существует несколько подходов к оценке деятельности контрольного аппарата. К ним относятся:

1 По итогам работы всего аппарата суммы незаконных расходов, суммы недостач, злоупотреблений, растрат, суммы возмещенного материального ущерба, выявленного ревизиями и проверками.

2 Наличие повторяющихся нарушений из года в год по региону, по объектам контроля, перетекающие из одних материалов проверок и ревизий в другие.

3 Отсутствие таких фактов нарушений и злоупотреблений как:

- недостачи мягкого инвентаря, сырья и материалов и иных ценностей;
- факты обналичивания бюджетных средств;
- отмыв денег через предприятия и организации;
- расходование бюджетных средств за счет завышения цен при закупе материальных ценностей.

4 Качественные показатели работы отдельного ревизора на конкретном экономическом объекте – это соблюдение принятых стандартов ревизий и проверок. Они найдут распространение после принятия правил, стандартов по организации и проведению контрольных мероприятий.

Считаем, что в первую очередь должны быть приняты такие стандарты как:

- обязательность применения при контрольном мероприятии отдельных приемов документального и фактического контроля;
- стандарт о приемке материалов контрольного мероприятия, поскольку отсутствие фактов недостатков можно оценить прямо противоположным подходом, так это возможно как положительный результат предыдущей профилактической работы по обеспечению мер, ужесточающих возможность присвоения материальных ценностей, либо наоборот – это, возможно, оценить, как безответственное отношение к своим профессиональным служебным обязанностям. И то, и другое должно быть четко обосновано и подтверждено анализом обследования материалов контрольных мероприятий. В необходимых случаях это может быть выяснено при личной беседе с работником контроля.

5 Аналогично, что значительные суммы недостатков, присвоение, расхищения могут свидетельствовать о профессиональном росте специалистов контроля на определенном этапе, по конкретному направлению контрольно-ревизионной деятельности и в тоже время они могут быть результатом отсутствия элементарной профилактической работы по предупреждению фактов недостатков и исключению причин и условий, порождающих расточительство и бесхозяйственность.

6 Одним из основных показателей эффективности работы ревизионных органов (независимо от абсолютных показателей несоблюдения сохранности, такие как недостатки, хищения, не целевое использование бюджетных средств и др.) будет соблюдение всех действующих стандартов и методик планирования, организации, проведения и оформления контрольных мероприятий.

И результатом будет (в далеком будущем), что отсутствие указанных выше показателей будет считаться, как отличная эффективная работа контрольного органа.

Б.И. ГЕРАСИМОВ, Л.Г. ГУРОВА, В.М. ЗОЛОТУХИНА

Анализ рынка туристских услуг в Тамбовской области

Туризм – одно из проявлений развития современной цивилизации.

В современном мире туризм рассматривается как социально-экономическое явление, оказывающее прямое и опосредованное влияние на развитие всей, связанной с ней, инфраструктурой. Современный туризм базируется на высоком уровне развития транспорта, социальной сферы и сферы услуг, что в конечном счете превращает его в высокодоходную отрасль экономики.

В России, обладающей колоссальными туристскими ресурсами, туризм до сих пор остается на второстепенных и третьестепенных ролях среди экономических приоритетов. Свобода предпринимательства в этой сфере обнаружила узкие места, сдерживающие развитие потенциальных возможностей. Туристские объекты остаются слабодоступными и невостребованными вследствие неразвитости инфраструктуры отрасли.

Тамбовская область не относится к разряду регионов, специализирующихся на оказании туристских услуг. Это связано, прежде всего, с тем, что область не располагает какими-либо значительными возможностями для развития внутреннего и выездного туризма, ее туристские ресурсы ограничены. На территории области не выявлены ценные объекты национального, природного и культурного наследия, нет ни национальных парков, ни ботанических садов, дендрариев, зоопарков.

В 2002 г. на рынке туристских услуг Тамбовской области наблюдались положительные тенденции. Так, за 2002 г. объем платных туристско-экскурсионных услуг, предоставленных населению области, в сопоставимых ценах возрос против 2001 г. в 2,2 раза и составил 7,9 млн. р. В 2001 г. по сравнению с 2000 г. наблюдалось снижение услуг более чем на половину (на 54,6 %). В среднем одному жителю области оказано туристско-экскурсионных услуг всего лишь на 6 р. (в среднем по России 121 р.).

Среди отраслей экономики, образующих индустрию туризма, организационное место принадлежит **туристским фирмам**, которые по определению являются одной из основных составляющих туристской индустрии.

Во II квартале 2003 г. областной комитет госстатистики провел единовременное обследование деятельности туристских фирм по итогам их работы в 2002 г. Аналогичное обследование проводилось по итогам работы за 2000 г. Обследование показало следующие результаты.

Средняя численность работников, включая внешних совместителей и работников несписочного состава, занятых туристской деятельностью, уменьшилась по сравнению с 2000 г. на шесть человек или на 1,3 % и составила в целом по обследованным фирмам 23 человека. Подавляющее большинство работающих (1,3 %) в турфирмах не имеет специального туробразования.

Все обследованные турфирмы работали полный год, три из них занимались, кроме туристской, другими видами деятельности. Как и прежде, половина обследованных турфирм продолжает заниматься только туроператорской деятельностью (далее – туроператоры), другая половина – турагентской (далее – турагенты).

Выручка от оказания туристских услуг по всем фирмам по сравнению с 2000 г. увеличилась более, чем в 6 раз (в фактических ценах) и составила 7,2 млн. р. В расчете на одного работника этот показатель составил 313 р. против 230 р. в целом по России.

В меньшей степени, но также значительно (в 4,8 раза) увеличились расходы, произведенные турфирмами на оказание туристских услуг. За 2002 г. в целом они сложились в размере 6,6 млн. р., в расчете на одного работника – 287 р. (289 р. в целом по России).

Уровень затрат на оказание туристских услуг по отношению к выручке от реализации туристских услуг составил по всем фирмам 97,3 % против 119,6 % в 2000 г., т.е. на каждый затраченный рубль реализовано туристских услуг на 1 р. 3 к.; в 2000 г. на 1 р. затрат выручка от реализации составляла 84 к.

В структуре затрат за два года произошли значительные изменения. Наибольший удельный вес (73,5 %) стали занимать материальные затраты, тогда как в 2000 г. половина всех затрат (50,2 %) составляли затраты на оплату труда.

У турфирм-туроператоров основную часть расходов составляют расходы по приобретению прав на услуги сторонних организаций (66,2 %), в 2000 г. их доля в общем объеме затрат была значительно ниже и составляла всего лишь 25,7 %.

Значительно изменилась за два года и структура этих затрат (табл. 1).

Фирмами по-прежнему не предоставляются такие виды услуг, как визовое обслуживание, услуги культурно-просветительного и культурно-развлекательного характера, медицинское обслуживание.

Фирмы, занимающиеся туроператорской деятельностью, закончили 2002 г. с положительным финансовым результатом, а фирмы-турагенты, наоборот, имели отрицательный результат.

Размер полученной прибыли от туроператорской деятельности составил 173,1 тыс. р., убыток от турагентской деятельности сложился в размере 58,3 тыс. р. В среднем на одну турфирму приходится 86,6 тыс. р. прибыли (против 29,8 тыс. р. в 2000 г.) и 29,2 тыс. р. убытка (41,7 тыс. р.).

В соответствии с международными требованиями в инструментарий обследования были внесены изменения, в результате чего из общего числа обслуженных турфирмами туристов были выделены отдельно туристы и однодневные посетители. Последних в 2002 г. было обслужено 2,3 тыс. человек. Услугами турфирм для более продолжительной

1 СТРУКТУРА ЗАТРАТ ПО ПРИОБРЕТЕНИЮ ПРАВ ПО УСЛУГАМ СТОРОННИХ ОРГАНИЗАЦИЙ (В % К ИТОГУ)

Показатель	2000 г.	2002 г.
Всего	100	100
в том числе:		
размещение и проживание	27,0	51,2
гостиницы, отели и пр.	–	38,8
частный сектор	–	12,4
транспортное обслуживание	17,1	13,5
железнодорожный транспорт	–	7,9
автобусные перевозки	–	5,6
питание	52,8	35,2

экскурсионное обслуживание	3,1	0,1
----------------------------	-----	-----

поездки воспользовалось в 2002 г. 4,9 тыс. туристов, которым было продано 4,4 тыс. путевок на общую сумму 8,3 млн. р. Большой популярностью в нашей области пользуются турпутевки, включающие неполный комплекс услуг (услуги или только по размещению, или только по перевозке), т.е. путевки, где основной целью в большинстве случаев является «шоп-тур». Таких путевок было продано в 2002 г. 3,2 тыс., это составляет 72,9 % от общего количества проданных путевок.

В 2002 г. из общего числа проданных россиянам турфирмами путевок для поездки за границу 98,1 % приходилась на путевки с неполным комплексом услуг, а иностранным гражданам – по территории России – 100,0 %.

Удельный вес путевок, включающих полный комплекс туруслуг, менее значителен, чем с неполным набором услуг и составил в 2002 г. 27,1 % от общего количества проданных путевок. Гражданам России продано таких путевок для поездок в пределах России 38,8 % и за границу – 0,6 %, а иностранных граждан, желающих ознакомиться с нашей страной, не было.

По-прежнему, наиболее распространенным для нашей области по числу туристов является внутренний туризм.

Самой посещаемой гражданами нашей области страной в 2002 г. была Турция – 76,9 % всех отправленных границу туристов.

Скорее всего, основной целью выезда в Турцию являются шоп-туры. И только каждый третий житель области отправляется за границу с целью досуга, рекреации и отдыха, к родственникам и знакомым или совершает выезд за рубеж в деловых и профессиональных целях.

Среди иностранных туристов преобладают жители Франции – 53 человека (50 % от всех принятых турфирмами области иностранных туристов) и Италии – 15 человек (14,2 %).

Наибольшее предпочтение среди регионов России наши туристы отдают своему региону (43,4 % от общего числа отправленных туристов в туры по России), на втором месте находится Липецкая область (23,4 %), третье место занимает г. Санкт-Петербург (14,6 %).

Немаловажную роль в таком распределении играет стоимость туруслуг. Как показали результаты обследования, туризм пока является дорогостоящим удовольствием. Так, средняя стоимость одной путевки, включающей полный комплекс туруслуг, в 2002 г. составила 5,5 тыс. р., при этом гражданам России по территории страны она в среднем обошлась в 5,3 тыс. р., по зарубежным странам – была значительно дороже – 15,2 тыс. р.

Начиная с 2001 г. организовано статистическое наблюдение за **ценами на отдельные услуги в сфере туризма** и на этой основе производится расчет индексов потребительских цен на данные услуги (табл. 2).

2 СРЕДНИЕ ЦЕНЫ И ИНДЕКСЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН НА ОТДЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ОТДЫХА В АВГУСТЕ 2003 ГОДА

Показатель	Средние цены, р.	Индекс потребительских цен, % к			Справочно: средние цены по России, р.
		августу 2002 г.	декабрю 2002 г.	июлю 2003 г.	
Услуги в сфере туризма		123,5	114,7	100,8	
Услуги в сфере зарубежного туризма		106,4	115,9	99,4	

Поездка на отдых в Турцию на 8 дней (7 ночей), путевка в расчете на 1 человека	11 821	85,1	91,1	99,8	13 435
Поездка на отдых в Испанию на 8 дней (7 ночей), путевка в расчете на 1 человека	20 816	115, 1	137,8	101,7	19 336
Экскурсионная поездка на автобусе по городам Европы на 8 дней (7 ночей), путевка в расчете на 1 человека	11 402	119, 9	119,0	96,5	10 993
Услуги в сфере внутреннего туризма		123, 7	114,6	100,8	
Экскурсия автобусная, 1 ч с человека	15,7	108, 5	108,5	100,0	25,2
Санаторно-оздоровительные услуги		120, 6	112,1	100,0	
Санаторий, 1 день с человека	433,3	123, 1	115,2	100,0	637,5
Дом отдыха, 1 день с человека	313,4	118, 7	109,9	100,0	491,0

Коллективные средства размещения занимают центральное место в туристской инфраструктуре. В себестоимости турпродукта, измеряемой затратами турфирм при организации турпоездок, доля затрат по приобретению услуг сторонних организаций по размещению и проживанию составляет более половины (51,2 %). Остальное занимают услуги по питанию и транспортному обслуживанию.

Начиная с 1993 – 1995 гг. в Тамбовской области наблюдается ежегодное сокращение как самой сети коллективных средств размещения, так и их общей вместимости.

3 КОЛЛЕКТИВНЫЕ СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ НА КОНЕЦ ГОДА

Показатель	1990 г	1995 г	2000 г	2001 г	2002 г	2002 г. в % к	
						1990 г	2000 г
Число коллективных средств размещения, единиц	109	82	63	64	53	48,6	84,1
в том числе: общего назначения (в гостиницах, мотелях, общежитиях для приезжих)	47	37	31	33	27	57,4	87,1

специализированные	62	45	32	31	26	41,9	81,3
Их вместимость, мест	11320	7885	6848	6702	4871	43,0	71,1
в том числе: общего назначения (в гостиницах, мотелях, общежитиях для приезжих)	3288	2275	2185	2264	1408	42,8	64,4
специализированные	8032	5610	4663	4438	3463	43,1	74,3

Полная балансовая стоимость основных фондов коллективных средств размещения на конец 2002 г. составила 257,8 млн. р., из них 201,0 (78,0 %) приходилось на специализированные коллективные средства размещения и 56,8 млн. р. (22,0 %) – гостиничного типа.

Соотношение между коллективными средствами размещения общего назначения и специализированными по числу мест в них распределяется как 29 против 71 %.

Анализ номерного фонда коллективных средств размещения показал, что специализированные средства размещения имеют более высокие показатели в расчете на одно коллективное средство размещения.

Относительно невысокий процент номеров повышенной комфортности и достаточно высокий удельный вес люксов свидетельствует о том, что коллективные средства размещения, функционирующие на территории Тамбовской области, пока не позволяют обеспечить не только мировые стандарты по обслуживанию иностранных туристов, но и не достигают сложившихся среднероссийских показателей.

В сложившихся условиях подавляющее большинство лиц, обслуженных коллективными средствами размещения – граждане России. Особенно это касается специализированных средств размещения.

В соответствии с функциональным назначением коллективных средств размещения услугами специализированных средств размещения пользуются исключительно в целях досуга, рекреации, отдыха и лечения; услугами гостиниц и аналогичных мест проживания – в прочих целях и в деловых и профессиональных целях.

Из общего числа иностранцев, посетивших нашу область в 2002 г., воспользовались услугами коллективных средств размещения 2,9 тыс. человек или 4,3 % от общей численности лиц, обслуженных коллективными средствами размещения (в 2000 г. – 2,1 тыс. человек или 2,3 %). При этом по гражданам государств – участников СНГ этот показатель составил 2,7 % (в 2000 г. – 0,6 %), стран вне СНГ – 1,6 % (1,7 %).

Специализация коллективных средств размещения сказывается и на продолжительности пребывания в них посетителей. В специализированных средствах размещения, куда граждане прибывают в основном в целях отдыха или лечения, она составляет в большинстве случаев от 15 до 28 дней. В гостиницах, как правило, останавливаются на 1 – 3 дня, реже на одну неделю.

В 2002 г. по сравнению с 2001 г. число ночевков сократилось на 126,9 тыс. человеко-ночевков или на 15,8 %. Коэффициент загрузки коллективных средств размещения (число фактически предоставленных ночевков, деленное на их максимально возможное количество – произведение единовременной вместимости и числа дней в году) в 2002 г. составил в специализированных средствах размещения 0,4, общественного назначения – 0,4 (в 2000 г. – 0,3). Считается, что для эффективного функционирования коллективного средства размещения минимальное значение данного показателя должно быть 0,65.

В 2002 г. коллективные средства размещения получили доходы от предоставления услуг в сумме 126,1 млн. р. против 89,9 млн. р. в 2000 г. Доходы в расчете на одну ночевку составили в среднем 187 р. (по России – 444 р.).

Основным источником финансирования для коллективных средств размещения являются собственные средства, удельный вес привлеченных средств составил всего лишь 2,9 %.

Инвестиции в основной капитал на развитие оздоровительных учреждений и учреждений отдыха по организациям без субъектов малого предпринимательства в 2002 г. по сравнению с 2000 и 2001 гг. значительно сократились и составили 186 тыс. р., финансирование осуществлялось за счет собственных средств (в 2000 г. – 8197 тыс. р., в 2001 г. – 7001 тыс. р.).

За последние три года гостиницы, санатории и дома отдыха в области не сдавались в эксплуатацию. Вместе с тем, в 2001 г. был введен спортзал на 788 м² в г. Моршанске и спортивно-оздоровительный комплекс на 576 м² в г. Мичуринске.

Стимулирование туризма немислимо без развитой **транспортной инфраструктуры**, обеспечивающей проезд туриста к конечному пункту путешествия и обратно. В 2002 г. на долю услуг по транспортному обслуживанию на туристов в общем объеме затрат туристских фирм на приобретение услуг сторонних организаций приходилось 13,5 % (по сравнению с 2000 г. их доля снизилась на 3,6 %).

Рост внутреннего туризма мог бы способствовать улучшению качества обслуживания пассажиров и приведению его в соответствие мировым стандартам, что сдерживается неудовлетворительным состоянием транспортной инфраструктуры.

В 2002 г. по сравнению с 2001 г. регулярность движения автобусов повысилась на 1,2 % и составила 95,7 % (в 2001 г. – 94,5 %).

На пригородных маршрутах число невыполненных рейсов составило 6,5 тыс. рейсов (1,2 % от предусмотренных расписанием).

Отрицательное влияние на качество обслуживания пассажиров и туристов оказывает использование неэффективной и выработавшей свой ресурс транспортной техники. В 2002 г. эксплуатировалось 55 % автобусов возрастом от 8 до 13 лет и 20 % – свыше 13 лет, новые автобусы (находящиеся в эксплуатации до 2 лет) составляют всего лишь 7 %.

В условиях изношенности и невосполняемости парка подвижного состава происходит сокращение его численности, ухудшаются и другие показатели его работы, что препятствует росту туристской мобильности населения области и развитию туризма.

Важное значение для стимулирования туризма в области имеет развитие сети путей сообщения. Тамбовская область имеет достаточно разветвленную сеть дорог.

В последние годы в области прилагаются определенные усилия к тому, чтобы приблизить состояние дорог к российским стандартам. В частности, о некоторых положительных сдвигах свидетельствует тот факт, что в 2002 г. было отремонтировано 176,9 км дорог общего пользования с твердым покрытием (3,2 % от их общей протяженности). Объем ремонтных работ по сравнению с предыдущим годом сократился на 15,0 %.

В 2002 г. на развитие транспорта было использовано 733,0 млн. р. инвестиций, что составило 14,3 % от общего объема инвестиций в экономику области (в 2001 г. – 16,5 %; в 2000 г. – 22,7 %).

Были сданы в эксплуатацию автомобильные дороги общего пользования с твердым покрытием протяженностью 52,7 км. По сравнению с 2001 г. их введено больше на 7,2 %.

Благоприятные условия для повышения туристской мобильности населения во многом зависят от обеспечения безопасности проезда. Несмотря на некоторое снижение аварийности на транспорте за последний год, ее уровень остается достаточно высоким.

В 2002 г. по вине водителей было совершено 83 % всех дорожно-транспортных происшествий. По вине водителей, находящихся в нетрезвом состоянии, произошло каждое двенадцатое дорожно-транспортное происшествие.

Увеличению туристских потоков мог бы способствовать рост объемов **общественного питания**, так как на обслуживание туристов приходится значительная часть оборота общественного питания.

С некоторой условностью можно считать, что полностью являются туристами посетители ресторанов и других объектов общественного питания, расположенных при коллективных средствах размещения. Контингент пользующихся услугами общедоступной сети предприятий массового питания также в какой-то степени представлен туристами. Практически не встречаются туристы в столовых и других точках общепита, к которым нет широкого доступа (столовые на предприятиях, в организациях, школах, детских садах, вузах и т.п.).

В целях изучения роли организации общественного питания в обслуживании туристов и определения перспектив развития туризма областным комитетом госстатистики было проведено обследование организаций общественного питания как возможного объекта туристской индустрии по итогам за 2002 г. Таких организаций (включая предприятия общепита при туркомплексах, санаториях, домах отдыха и т.д.) на территории области оказалось 44, число мест в них составило 17,4 тысячи, т.е. на одну организацию в среднем приходится 396 мест. Только из них занимаются обслуживанием туристов менее половины (47,7 %), при этом их возможности по обслуживанию туристов в 2002 г. были задействованы неполностью – на уровне 20 – 25 %.

Массовый туризм в России, как и в области, невозможен без насыщенности предложения **гостиничных услуг**. В нашей стране возможно сочетание различных уровней гостеприимства. Проблема туристского бизнеса в России, обусловленная состоянием отечественной индустрии гостеприимства, сводится по большей части к отстраненности гостиничного хозяйства от складывающегося рынка туруслуг.

Статистика последних лет свидетельствует, что большинство людей, путешествующих по стране, предпочитают пользоваться услугами именно малых гостиниц. Однако в настоящее время для всех малых гостиниц нашей страны существует ряд проблем в области ведения гостиничного бизнеса: использования передовых методов менеджмента маркетинга, решения вопросов бронирования мест, обучения персонала, повышения классности. Самостоятельное решение этих вопросов для малых гостиниц ограничено скромными финансовыми ресурсами.

С 1995 г. в области наблюдается ежегодное сокращение сети предприятий гостиничного типа и их общей вместимости. В 2002 г. свертывание гостиничного хозяйства продолжилось, число предприятий гостиничного типа уменьшилось по сравнению с 2001 г. на пять единиц (на 18,2 %), число мест в них – на 856 единиц (на 37,8 %).

Е.В. Никифорова

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПУБЛИЧНОСТИ ИЗДЕРЖЕК НА КАЧЕСТВО КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Важным инструментом реализации экономического механизма защиты собственности и экономических преимуществ лиц, имеющих прямой финансовый интерес в делах общественно значимого предприятия, является корпоративная публичная отчетность, которая открыто предоставляется пользователям информации.

Хозяйственная практика широко использует информационные возможности бухгалтерской, налоговой и статистической отчетности в целях текущего контроля за финансово-экономической конъюнктурой. Однако существование указанных видов отчетности не решает в полном объеме проблему ее доступности и прозрачности. Информационно-правовой статус большого круга заинтересованных пользователей еще не регламентирован, состав и содержание бухгалтерских отчетов не позволяет дать ответы на вопросы, имеющие принципиальное значение для выработки политики их деловой активности.

Практика подготовки адресного представления бухгалтерской, налоговой и статистической отчетности показала, что эта отчетность не может решать качественно новые задачи современного рынка:

- информационное обеспечение фондового рынка;
- создание инвестиционной привлекательности для притока иностранного капитала в российскую экономику;
- подготовка финансовых прогнозов;
- открытый контроль за соблюдением экономических интересов и обязательств наиболее значимых для общества участников в делах хозяйствующего субъекта.

Следовательно, необходима такая отчетность, которая позволит решить названные задачи. Отсюда возникает необходимость удовлетворения запросов на деловую экономическую информацию, которую призвана решить корпоративная публичная отчетность.

Российская практика подготовки и представления корпоративной публичной отчетности пока не имеет достаточного научного обоснования, а существующие сегодня разработки представления, анализа и интерпретации показателей корпоративной публичной отчетности являются трансформацией прошлого опыта объединений либо копиями иностранных структур без учета специфики российского пути экономического развития. В связи с этим актуальными теоретическими и практическими задачами на современном этапе российской экономики являются адаптация к российским условиям методов составления и представления, анализа и интерпретации корпоративной публичной отчетности.

Подготовка и представление комплексной системы информации, сочетающей интересы менеджеров, собственников, деловых партнеров и других пользователей информации, позволят не только обеспечить заинтересованных лиц полной и достоверной отчетностью, но и снизить информационные издержки в части подготовки разнонаправленной отчетности для ее пользователей.

Создание комплексной системы корпоративной публичной отчетности – это следующий шаг в развитии технологии работы с отчетами. Такая отчетность позволит вывести ее за рамки одной организации, предлагая возможности работы с отчетами не только сотрудникам, но и клиентам, поставщикам и партнерам корпорации, а также обеспечивая наращиваемую архитектуру с перспективой на будущее.

Концепция составления и представления корпоративной публичной отчетности заинтересованным пользователям требует теоретического осмысления проблем снижения информационных рисков, согласования информационных запросов составителей и пользователей корпоративной публичной отчетности, методологии составления корпоративной публичной отчетности, нормативно-правовой базы корпоративной публичной отчетности, методологии интерпретации корпоративной публичной отчетности.

Решение этих задач необходимо для устранения границ между запросами пользователей корпоративной публичной отчетности и показателями отраженными ее составителями. Ведь изучая корпоративную публичную отчетность, субъекты рыночных отношений преследуют различные цели. Широкий диапазон интересов предопределяет направленность публичной отчетности на приоритетные группы пользователей, включающих в себя юридические и физические лица, капиталы которых переданы или могут быть переданы под контроль, во владение, пользование, управление организацией. В нашей статье мы затронем интересы акционеров и инвесторов.

Так, интересы акционеров и инвесторов направлены на оценку перспектив получения прибыли и развития промышленного предприятия и степень перспективности дальнейшего сотрудничества с ним. Значительно сузим рассмотрение интересов групп потребителей отчетности до следующих: акционеры фактические и потенциальные (инвесторы) и поставщики компонентов, сырья, материалов. Интересы этих групп и предлагаемые показатели корпоративной публичной отчетности, раскрывающие их потребности, представлены в табл. 1.

1 Интересы основных групп пользователей корпоративной публичной отчетности

Параметр	Оценивающий показатель	Акционеры	Деловые партнеры
1 Оценка самофинансирования корпорации	Рентабельность собственного капитала	+	+
	Цена собственного капитала	+	+
	Резервирование капитала	+	
	Реинвестирование капитала	+	
	Доходность на одну акцию	+	
	Балансовая стоимость одной акции	+	
	Дивиденд на одну акцию	+	
2 Оценка условий делового партнерства	Цена заемного капитала	+	+
	Финансовый леверидж	+	+
	Доля долгосрочного финансирования	+	+
	Производственный леверидж	+	+
	Средняя текущая процентная ставка	+	+

	Соотношение долго- и краткосрочного финансирования	+	+
3 Оценка мотивации персонала	Оплата труда	+	
	Доли участия в прибыли	+	
	Вознаграждение персоналу	+	
	Стоимость привилегированных акций	+	
	Относительная заработная ставка	+	
	Доля оплаты труда в добавленной стоимости	+	
4 Оценка финансовой и социальной политики	Налогооблагаемая база	+	
	Средняя ставка налогообложения	+	
	Социальные издержки	+	
	Финансовая дисциплина (штрафы и пени)	+	+

Продолжение табл. 1

Параметр	Оценивающий показатель	Акционеры	Деловые партнеры
5 Оценка финансового положения	Цена капитала	+	+
	Рентабельность активов	+	+
	Рентабельность продаж	+	+
	Затраты на рубль продаж	+	+
	Ликвидность деловая, активность	+	+
	Исполнение обязательств	+	+
	Рыночная капитализация	+	+
6 Оценка перспектив стабильности сбыта продукции	Показатель количества дефектов на единицу выпущенной продукции	+	+

7 Оценка эффективности принимаемых мер по повышению качества продукции (перспективы увеличения доли рынка)	Снижение затрат (рублей) на рубль вложенных до этого средств	+	
8 Оценка снижения доли потерь от низкого качества в общей стоимости изделия (снижение себестоимости – увеличение прибыли)	Доля затрат на устранение дефектов и их последствий в общей стоимости продукции	+	
9 Оценка доли дефектов покупных изделий, сырья и материалов в общих затратах на устранение дефектности с расшифровкой по наиболее проблемным поставщикам (перспективы продолжения сотрудничества с данным поставщиком)	Доля затрат на устранение дефектности по продукции внешней поставки к общим затратам на устранение дефектов		+
10 Комплексная функция конкурентоспособности на основе анализа соотношения цена/качество	Покупатель соотношения цена/качество	+	+

Все показатели, приведенные в данной таблице могут быть рассчитаны только в том случае, когда будет иметь место в корпоративной публичной отчетности информация о затратах на качество. Данные показатели не имеют рекомендованных эмпирических значений и должны оцениваться на основе анализа тенденций и при сравнении полученных данных с показателями конкурентов.

Одним из важнейших вопросов, на который хотят получить ответ акционеры, используя корпоративную публичную отчетность, является следующий.

Как влияют издержки по обеспечению качества на финансовые результаты предприятия?

Чтобы изготовить продукцию определенного качества, необходимо осуществить затраты, но величина этих затрат не является характеристикой, тесно связанной с каким-либо уровнем качества. Далеко не всегда повышение затрат ведет к повышению качества, оно может остаться неизменным или даже ухудшиться, хотя затраты возрастут. То есть изменение стоимости не всегда сопровождается изменением качества. Следовательно, прямой и непосредственной связи между качеством продукции и ее себестоимостью нет. В то же время известно, что повышение качества требует определенных затрат. Поэтому представляют интерес вопросы зависимости качества и цены, качества и прибыли, качества и затрат, связанных с его обеспечением.

Существует два вида взаимосвязи повышения качества выпускаемой продукции и прибыли предприятия-изготовителя [1, с. 148 – 151].

1 Общий объем прибыли может увеличиваться (уменьшаться) за счет расширения (сужения) рынка сбыта и объема реализации при улучшении (ухудшении) качества продукции.

2 Объем прибыли может увеличиваться при снижении себестоимости продукции, полученной за счет уменьшения затрат, связанных с качеством продукции.

В первом случае затраты на качество рассматриваются в широком смысле и к ним целесообразно относить все дополнительные расходы, связанные с повышением технического уровня продукции, снижением уровня дефектности продукции в производстве и при ее реализации, улучшением и расширением услуг, связанных с созданием более удобных условий эксплуатации продукции. Сюда же следует относить затраты, связанные с рекламой и сертификацией продукции, предоставлению потребителю доказательств эффективности системы качества, демонстрации испытания продукции с целью подтверждения ее качества. Учет указанных затрат и сопоставление их с приростом прибыли дают возможность оценивать эффективность системы качества.

Во втором случае целесообразно рассматривать следующие три группы затрат.

1 Потери, связанные с появлением дефектов продукции. К ним относятся неисправимый брак, расходы на переработку и (или) исправление дефектной продукции, повторный контроль и испытание продукции, затраты на возмещение прямого ущерба потребителю, затраты связанные с санкциями за некачественную продукцию, потери от скидок с цены за продукцию более низкого сорта, затраты на гарантийный ремонт, предоставление запасных частей, затраты связанные с исками о юридической ответственности за качество и др.

2 Затраты связанные с выявлением дефектов и их причин, организацией технического контроля, испытаний продукции, учетом и накоплением информации о качестве, анализом дефектов и их причин, корректирующими действиями по устранению дефектов и их причин. К этой группе затрат целесообразно относить все затраты на контрольное и метрологическое обеспечение.

3 Затраты на мероприятия по предупреждению появления дефектов. К этой группе затрат следует относить затраты на планово-предупредительный ремонт и техническое обслуживание оборудования, вероятные издержки по недоиспользованию ресурса технологической оснастки и инструмента при индивидуальной их замене (если такой метод применяется), расходы на повышение квалификации кадров и их обучение при изменении условий производства, расходы на поддержание параметров производственной среды, своевременное внесение изменений в техническую документацию и др.

Перечисленные три группы затрат на качество взаимосвязаны между собой таким образом, что увеличивая (уменьшая) одну группу затрат, можно соответственно уменьшать (увеличивать) другие группы затрат. Например, увеличивая объем затрат на профилактические мероприятия, можно добиться снижения потерь от дефектов и снижения расходов на контроль и испытания. Снижение затрат на профилактические мероприятия и контроль может повлечь увеличение потерь, связанных с дефектами продукции и т.д. Размер прибыли может увеличиваться в результате снижения себестоимости продукции за счет минимизации суммарных затрат по всем трем группам затрат.

Для практического решения этой задачи целесообразно первоначально определить все потери, связанные с дефектами продукции, затем разработать мероприятия по предотвращению дефектов и усилению (ослаблению) контроля. Сопоставляя изменение затрат по трем направлениям, можно выбрать вариант, дающий наибольшую экономию.

У большинства отечественных предприятий нет возможности высвободить достаточно крупные финансовые ресурсы, позволяющие внедрить в производство новшества, повышающие качество продукции. В связи с чем, рассмотрим механизм, при котором финансирование качества производится за счет резервов самого процесса улучшения качества.

Будем считать, что выявлен дефект продукции, имеющий массовый характер у потребителя, определена причина дефекта, намечены мероприятия, для реализации которых требуется вложение средств в размере V рублей, внедрение мероприятий потребует t_1 месяцев (до начала выпуска товара улучшенного качества). Предположим, что дефектность продукта у потребителя снизится с величины β до α и у предприятия нет собственных средств, позволяющих ему реализовать намеченные инновации и, как следствие, предприятие берет банковский кредит по a % в месяц.

Срок окупаемости (точка безубыточности) процесса улучшения качества будет определяться с помощью следующей расчетной формулы:

$$\text{Срок окупаемости} = \frac{V(1+a)(2+2at_2+a) - KC(\beta-\alpha)t_2}{KC(\beta-\alpha)t_2 + aV(1+a)}, \quad (1)$$

где K – среднемесячный выпуск продукции данного вида; C – средневзвешенная цена устранения данного дефекта (одного ремонта); t_2 – срок гарантии на данное изделие.

Оптимизируя данное выражение по входящим в него параметрам, мы можем сделать выводы о том при какой процентной ставке (оптимизация по a), каком сроке реализации мероприятий (оптимизация по t), какой сумме вложений (оптимизация по V) выгодно и целесообразно проводить улучшения. При этом нижней границей (максимальным сроком окупаемости) должен служить срок гарантии (t_2), так как дальнейшие затраты несет потребитель.

При разумном сроке окупаемости, предприятие дополнительно сэкономит денежные средства в сумме равной:

$$\text{Прибыль} = \frac{KC(\beta - \alpha)}{2}(t_2 + t_2) - V \left(1 + \frac{at_2}{2} + \frac{a}{2} \right) (1 + a). \quad (2)$$

Далее перейдем к рассмотрению комплексной конкурентоспособности организации как функции издержек на качество.

Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия как функция издержек на качество и метод ее оценки по данным корпоративной публичной отчетности возможна при выборе приоритета учетной политики хозяйствующего субъекта на сбор информации о затратах на качество.

Для оценки конкурентоспособности продукции предприятия воспользуемся соотношением цена/качество. Наше рассмотрение конкурентоспособности преследует две задачи:

- первая – получить функциональную зависимость, связывающую затраты на качество с конкурентоспособностью предприятия;
- вторая – получить формулу, позволяющую привязать существующую отчетность к оценке конкурентоспособности.

Итак, коэффициент конкурентоспособности продукции определяется следующим образом:

$$K = \frac{\text{Цена}}{\text{Качество}}. \quad (3)$$

Умножим числитель и знаменатель приведенной формулы на количество изделий, находящихся у потребителей. Считая для простоты, что количество у потребителей примерно совпадает с количеством произведенных изделий, получаем следующую зависимость:

$$K = \frac{\text{Цена}}{\text{Качество}} \approx \frac{1}{\text{Цена } Z_1} = \frac{N}{\text{Выручка } Z}, \quad (4)$$

где Z_1 , Z – затраты на устранение одного среднестатистического дефекта и затраты на устранение всех дефектов по гарантии.

Выручка предприятия доступна в его бухгалтерской (финансовой) отчетности, а предложенные нами изменения в порядке отражения в корпоративной публичной отчетности затрат на качество позволяют нам изменить значение знаменателя. Таким образом, данные корпоративной публичной отчетности позволяют нам производить оценочные сравнения конкурентоспособности продукции.

Список литературы

- 1 Никифорова Е.В., Резников Р.Л. Проблема информационной насыщенности публичной отчетности данными о затратах на качество производимой продукции // Вестник Волжского университета им. Н. Татищева. «Экономика». Вып. 5. Тольятти: ВУиТ, 2003. 0,25 п.л.

Б.И. Герасимов, Л.Г. Гурова, В.М. Золотухина

АНАЛИЗ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА БЫТОВЫХ УСЛУГ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Бытовое обслуживание населения является важным звеном в системе отраслей платных услуг. Эта отрасль содействует удовлетворению потребностей населения в услугах, способствующих сокращению затрат труда в домашнем хозяйстве, увеличению свободного времени граждан, полноценному воспроизводству рабочей силы, повышению производительности в народнохозяйственном комплексе региона.

В последние годы в сфере бытового обслуживания наблюдается устойчивая тенденция роста объема бытовых услуг, хотя уровня 1990 г. пока еще не удалось достигнуть.

В 2002 г. бытовые услуги в общем объеме оказанных населению платных услуг в целом по области составляли 21,8 % (в 1990 г. – 31,8 %, 1992 г. – 32,1 %) (рис. 1, табл. 1).

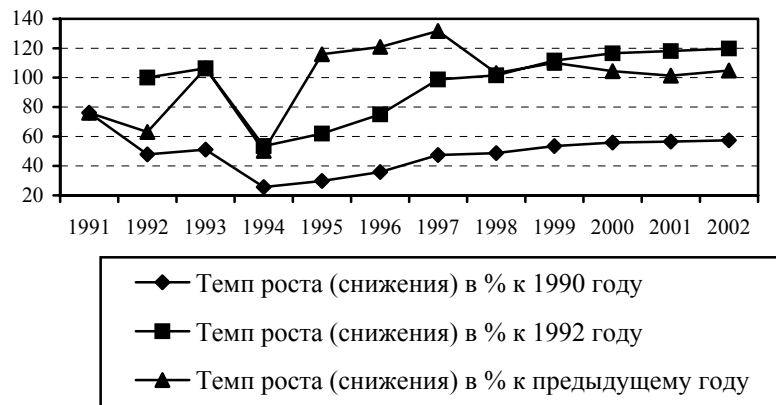


РИС. 1 ДИНАМИКА ОБЪЕМОВ БЫТОВЫХ УСЛУГ

1 Структура и динамика объема бытовых услуг населению по видам

Показатель	2 002 Г., млн. р.	В % к		Сп равоч- но: 2001 г. в % к итогу
		тогу	001 г.	
Всего	1 101,4	00,0	04,7	1 00,0
Ремонт, окраска и пошив обуви	1 9,0	,7	08,8	1, 7
Ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий	4 7,7	,3	01,5	4, 5
Ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	5 8,7	,3	9,7	5, 3
Изготовление и ремонт мебели	2 ,3	,2	2	0, 2

Показатель	2002 г., млн. р.	В % к		Справочно: 2001 г. в % к итогу
		тогу	001 г.	
Химчистка и крашение	0,7	,1	17,5	0,1
Услуги прачечных	0,2	,0	,4	0,2
Ремонт и строительство жилья и других построек	544,4	9,6	4,2	48,3
Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования	143,6	3,0	32,5	12,9
Услуги фотоателье, фото- и кинолабораторий	41,9	,8	08,0	3,9
Услуги бань и душевых	5,0	,5	02,7	0,5
Услуги парикмахерских	40,9	,7	15,5	3,3
Услуги предприятий по прокату	1,6	,1	²	0,2
Транспортно-экспедиторские услуги ¹	–	–	–	3,0
Ритуальные услуги	78,5	,1	02,4	7,4
Прочие виды бытовых услуг	116,8	0,6	²	8,5

¹ В соответствии с изменением методологии с 2002 г. транспортно-экспедиторские услуги учитываются в составе транспортных услуг и в бытовые услуги не входят.

² Не рассчитывается индекс потребительских цен.

За последние годы в Тамбовской области объемы бытовых услуг растут большими темпами, чем в среднем по Российской Федерации, что говорит о положительных тенденциях в формировании рынка бытовых услуг в Тамбовской области. Можно предположить, что как в самой области, так и в ее городах и районах местные власти проводят специальную, направленную на поддержку бытового обслуживания, политику (табл. 2).

Наиболее наглядным индикатором уровня обслуживания населения в регионах является такой показатель, как объем бытовых услуг в расчете на одного жителя. Тамбовская область занимала в 2002 г. первое место среди областей Центрально-Черноземного района по потреблению бытовых услуг на душу населения (895 р.), четвертое место – по Центральному Федеральному округу, превышая потребление бытовых услуг в среднем по Российской Федерации (886 р.) (табл. 3).

2 Индексы физического объема бытовых услуг по России и Тамбовской области (в % к предыдущему году)

Регион	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
Российская Федерация	08,6	08,4	12,4	3,7	01,1	03,0	9,2	04,2
Тамбовская область	15,9	20,8	31,8	03,0	09,9	04,4	01,2	04,7

3 Объем бытовых услуг на душу населения в сравнении с Российской Федерацией и областями Центрального Федерального округа (р., до 1998 г. – тыс. р.)

Регион	1995 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	Занимаемое место в ЦФО в 2002 г.
Российская Федерация	48	64	80	06	57	86	
Центральный Федеральный округ	64	09	61	71	190	399	
Тамбовская область	4	29	26	46	64	95	4

По состоянию на 1 июля 2003 г. было проведено обследование сети предприятий бытового обслуживания населения всех форм собственности, включая малые предприятия. Таких предприятий по данным Генеральной совокупности зарегистрировано 372 единицы. Из них 368 или 98,9 % представили заполненные отчеты в органы статистики, три предприятия прекратили свою деятельность и одно предприятие

2003 г. не оказывало бытовых услуг (рис. 2).

Из 368 организаций, представивших сведения о сети предприятий бытового обслуживания населения, 177 (48,1 %) относятся к разряду малых (на 1 января 2000 г. было 40,0 %), 207 предприятий (56,2 %) расположены в городской местности, 161 (43,8 %) – в сельской. По сравнению с предыдущим обследованием на 1.01.2000 г. наблюдается перераспределение сети предприятий бытового обслуживания: увеличение сети в сельской местности и, соответственно, уменьшение в городской (на 1 января 2000 г. 73,6 % обследуемых предприятий находились в городской местности и лишь 26,4 % – в сельской).

На 1.01.2000 г.

На 1.07.2003 г.

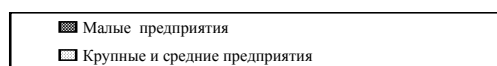
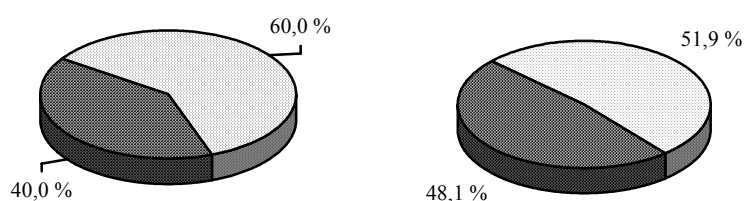


РИС. 2 СТРУКТУРА ОРГАНИЗАЦИЙ, ПРЕДСТАВИВШИХ СВЕДЕНИЯ О СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЙ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

По данным обследования на 1 июля 2003 г. в области работали 585 ателье (цехов, мастерских) и 125 приемных пунктов.

За последние три года в области открылось 210 ателье, цехов, мастерских (увеличение почти в 1,6 раза).

Вместе с тем, не оправдался прогноз в отношении того, что сфера бытовых услуг будет увеличивать численность работающих, создавая новые рабочие места, снижая тем самым социальную напряженность.

В итоге пока она сама сокращает рабочие места, пополняя ряды безработных. Из-за низкой рентабельности (убыточности), невозможности выжить в новых условиях прекратили свое существование 158 приемных пунктов (включая при ателье). С целью сокращения расходов на заработную плату и, тем самым, улучшения финансового положения организаций, должность приемщика во многих организациях сокращена и обязанности приемщика стали выполнять мастера, отсюда и сокращение сети приемных пунктов. Таким образом, за три года средняя численность работников сократилась на 464 человека и составила 3683 человек.

Наибольший рост сети ателье (цехов, мастерских) за последние три года происходит по прочим видам бытовых услуг. В основном это предприятия, находящиеся в сельской местности (82,6 %), и оказывающие услуги по размолу зерна, крупы (мельницы, крупорушки), обработке древесины (лесопилки), переработке маслосемян (маслобойки), по изготовлению и копчению колбас, выделке шкур животных, расчесу шерсти, причем более 77 % – это предприятия частной формы собственности.

Несмотря на то, что в городах находится большее количество предприятий бытового обслуживания, чем в сельской местности (207 против 161), обеспеченность сетью предприятий бытового обслуживания сельского населения в расчете на 10 тыс. жителей выше, чем в городской (3,2 предприятия – в сельской местности против 2,9 – в городской) в основном за счет предприятий, оказывающих прочие виды бытовых услуг, а также за счет бань. По остальным видам услуг приоритет остается за городской местностью.

По регионам области ситуация складывается следующим образом: на первом месте по обеспеченности городского населения ателье, мастерскими бытового обслуживания находится г. Моршанск – 6,8 единиц на 10 тыс. жителей, по обеспечению сельского населения – Бондарский район (15,8 единиц на 10 тыс. жителей), при этом в среднем по области этот показатель гораздо ниже – 4,8 единиц.

Приемные пункты работают не во всех регионах области. Так, в городах Моршанске, Уварово, а также в 13 районах области нет приемных пунктов бытового обслуживания.

В области сеть предприятий с государственной и муниципальной формой собственности растет более быстрыми темпами по сравнению с ростом предприятий со смешанной и, тем более, с частной формой собственности, (рост составляет 195,3 % против, соответственно, 178,9 и 137,3 %).

Но по видам услуг ситуация складывается по-разному. Так, рост сети государственных и муниципальных предприятий наблюдается в основном по таким видам услуг как услуги автотехобслуживания (в 19,0 раз), ремонт и пошив обуви (в 4,7 раза), услуги фотоателье, фото- и кинолабораторий (в 4,5 раза). По таким видам услуг, как прочие виды бытовых услуг, ритуальные и услуги проката рост в основном произошел по предприятиям с частной формой собственности (в 51 раз и 2 раза, соответственно), а по ремонту и пошиву швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонту, пошиву и вязанию трикотажных изделий рост предприятий – за счет предприятий прочей формы собственности, не относящейся ни к государственной, ни к частной.

Увеличение сети предприятий бытового обслуживания в государственном и муниципальном секторе связано с разработкой и внедрением администрацией области Программы развития и увеличения бытового обслуживания населения области.

В исполнении мероприятий областной и местных Программ дальнейшего развития и улучшения бытового обслуживания населения за 2002 г. в области по сравнению с 2001 г.:

• сеть комплексных приемных пунктов пополнилась еще на 15 единиц;

- в ряде районов с целью улучшения обслуживания и приближения бытовых услуг к месту жительства населения начата работа по открытию филиалов комплексных приемных пунктов;
- на действующих и вновь открытых предприятиях бытового обслуживания дополнительно создано 102 рабочих места.

В соответствии с Мероприятиями по развитию сферы бытового обслуживания населения Тамбовской области на 2003 – 2005 гг. проводилась работа по открытию и восстановлению предприятий бытового обслуживания в городах и районах области.

Так, за 10 месяцев текущего года были открыты 50 ателье, цехов, мастерских.

Мастерские по ремонту и мойке автотранспортных средств открыты в Жердевском и Тамбовском районах, парикмахерские – в городах Мичуринске, Тамбове, Рассказово, Тамбовском и Мичуринском районах, МП «Авангард» (ритуальные услуги), мастерская по ремонту обуви, пункт по ремонту часов – в Токаревском районе. В г. Котовске открыто девять хозяйствующих объектов сферы бытового обслуживания для оказания различных видов бытовых услуг населению. Мастерская по ремонту и изготовлению ювелирных изделий начала работу в г. Мичуринске, в г. Кирсанове – мастерская по ремонту и изготовлению мебели и др. Жители одиннадцати районов области дополнительно получили 30 новых видов услуг.

Органами местного самоуправления городов и районов проводилась работа по оказанию финансово-экономической поддержки предприятий службы быта. За 10 месяцев 2003 г. на пополнение оборотных средств выделено 403,4 тыс. р. Субъектам рынка бытовых услуг представлено льгот на сумму 471,5 тыс. р.

Из общего количества организаций бытового обслуживания населения более 45 % приходится на организации, которые располагаются в помещениях, приспособленных, без капитального ремонта; около 40 % – в специально построенных помещениях, каждая седьмая организация – в капитально отремонтированном и переоборудованном помещении. Около 42 % организаций располагаются на арендуемых площадях и лишь 5,2 % сами сдают площадь в аренду.

В расчете на одну организацию площадь (без сданной в аренду) составляет 374 м² (на 01.01.2000 г. – 564 м²), в том числе арендуемая – 261 м² (на 01.01.2000 г. – 88 м²). Удельный вес арендуемой площади в занимаемой площади составляет 29,2 % (на 01.01.2000 г. – 15,7 %). При этом 11,0 тыс. м² или 8,0 % от фактически занимаемой площади сдается в аренду в основном торгующим организациям.

Анкетирование руководителей предприятий показало, что большинство предприятий, арендующих помещения, размещают там парикмахерские (27,6 %), а также предприятия по ремонту и пошиву одежды, обуви и др. (24,8 %). В основном помещения арендуются у различных организаций, исключая магазины, промышленные предприятия, предприятия службы быта, гостиницы, аэропорты и ж/д вокзалы.

Данные обследования свидетельствуют о продолжающемся уменьшении имеющихся мощностей на предприятиях химчистки, крашения и прачечных, а так же уменьшении кресел в парикмахерских и единовременной вместимости бань, о чем свидетельствуют данные табл. 4.

В целях изучения проблем организаций бытового обслуживания на 1 июля 2003 г. было проведено анкетирование руководителей предприятий.

4 Динамика имеющихся мощностей сферы бытового обслуживания

Показатель	На	На	На	3 г. в % к 2000
	1.07.2003 г.	1.01.2000 г.	1.10.1996 г.	
Установленная мощность предприятий химчистки и крашения в 8-ми часовую смену:				
всего	1	4	5	3
	21	00	00	0,3
в расчете на одну хим-	6	1	1	6

чистку	1	00	25	1,0
Установленная мощность прачечных в 8-ми часовую смену, кг сухого белья:				
всего	2 734	5 160	8 250	5 3,0
в расчете на одну прачечную	3 91	5 73	1 031	6 8,2
Единовременная вместимость бань и душевых, число мест в раздевалках:				
всего	1 991	2 734	2 427	7 2,8
в расчете на одну баню	3 8	3 6	2 8	1 05,6
Число кресел в парикмахерских, единиц:				
всего	3 35	3 66	3 68	9 1,5
в расчете на одну парикмахерскую	5	5	4	1 00,0

5 Основные проблемы сферы бытового обслуживания

Наименование	Всего по всем респондентам		В том числе на вопрос «Собирается ли Ваша организация в ближайшем будущем расширить свой бизнес?» ответы:		
	число ответов	в % к числу заполненных анкет	а	ет	затрудняюсь ответить
На вопрос «С какими проблемами сталкивается Ваша организация в своей деятельности?» даны ответы:					
– недостаток собственных средств	64	58,8	1	3	40
– недостаток площадей	3	4,7			3

– трудности с приобретением оборудования и его ремонтом	6	6,5	1	1	4	1
– высокая арендная плата	4	9,4	6	8	0	1
– высокая налоговая ставка	9	5,5	3	9	7	1
– низкий потребительский спрос	5	6,9	0	1	4	1
– нехватка квалифицированных кадров	1	1,1	1	1		9
– другое		2,9				1
– затрудняюсь ответить	3	1,8		6	2	1

На вопросы анкеты ответили 279 руководителей предприятий различных форм собственности и оказывающих различные виды услуг. Основная доля организаций (51,6 %) – предприятия со стажем, они начали свою работу в сфере бытового обслуживания до 1990 г., 35,8 % – с 1991 до 2000 г. включительно, 9,3 % – с 2001 до 2002 г., 3,2 % – в 2003 г. (табл. 5).

Основными проблемами, с которыми сталкивается организация, были указаны недостаток собственных средств и высокая налоговая ставка.

В некоторой мере сокращение организованной инфраструктуры бытовых услуг было восполнено частным бизнесом. Из всех секторов реализации в бытовом обслуживании населения частное индивидуальное предпринимательство получило наибольшее распространение. Предприниматели освоили почти все виды бытовых услуг, кроме услуг бань и душевых, прачечных и услуг по прокату, которые пока полностью представляются организациями. Это объясняется рядом объективных причин, среди которых затруднения в приобретении специального оборудования для качественного выполнения таких видов услуг и площадей для его размещения, жесткий контроль со стороны санитарно-эпидемиологической службы за соблюдением санитарно-технических стандартов в этой области деятельности.

По оценке 37 % объема бытовых услуг оказывалось физическими лицами. Так, кроме 585 ателье (цехов, мастерских) 125 приемных пунктов бытовые услуги, по данным областной администрации, в области оказывают 4456 предпринимателей без образования юридического лица, из них 441 – начали работу в текущем году.

На данном этапе состояния экономики трудно ожидать быстрых эффективных изменений в позитивную сторону. Но все-таки приведенные данные свидетельствуют об устойчивой тенденции эффективного развития бытового обслуживания населения, что позволит довести потребление бытовых услуг населением до предреформенного уровня.

П.В. Козлов

ПОСТОЯННЫЙ БИЗНЕС-КОНСУЛЬТАНТ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПОНЯТИЕ И ЗНАЧЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

Постоянный бизнес-консультант предприятия как субъект инфраструктурного обеспечения бизнеса в современной экономике. В статье анализируются преимущества долгосрочного комплексного сотрудничества коммерческих организаций с профессиональными консультационными организа-

циями, рассматриваются организационные формы их взаимодействия, определяются требования к постоянным бизнес-консультантам предприятий.

Сегодня уже ни для кого не представляет сомнения важность и необходимость услуг консультационных организаций в современной экономике: непрерывные и довольно существенные изменения в технологиях, рынках сбыта и потребностях клиентов, сложность, многофункциональность и глубокая специализация процессов организации и управления производством вынуждают менеджеров все чаще прибегать к помощи внешних консультантов. К сожалению, в России полномасштабное сотрудничество с профессиональными консультантами пока остается привилегией крупных коммерческих структур. Руководители малых и средних предприятий, хотя и испытывают постоянную потребность в комплексном взаимодействии с профессиональными консультантами по самому широкому кругу вопросов, тем не менее, предпочитают опираться на собственные силы.

Основная причина такого положения вещей состоит в том, что в сознании большинства предпринимателей понятие «профессиональный консультант» ассоциируется сегодня со словом «дорого». Высокая стоимость консалтинговых услуг крайне отрицательно сказывается как на качестве услуг, так и на общем имидже консультационного дела: предприятия-клиенты вынуждены постоянно менять консультантов в поисках более дешевого предложения, пользоваться их услугами нерегулярно, от случая к случаю.

В то же время и сами консультанты не всегда оказываются готовыми предложить своим клиентам комплексный пакет услуг. Сегодня консультационные организации специализируются, как правило, на решении одной или нескольких узких проблем (информационные технологии, юридический и налоговый консалтинг, оценочная деятельность, управленческий учет, управление качеством, логистика, реклама и т.п.). При этом одна и та же услуга по шаблону оказывается предприятиям самых разных сфер экономики и производства. Но такое ли «консультирование» необходимо клиенту? Конечно, если в качестве клиента выступает крупная корпоративная структура, с развитой сетью подразделений, обслуживающих общий бизнес, то ее заинтересует специалист, занимающийся конкретно той проблемой, для решения которой у корпорации не хватило собственных резервов. В малом и среднем бизнесе складывается совсем иная ситуация. Этот сектор экономики особенно остро нуждается в комплексной консультационной поддержке: необходимость экономии на общефирменных расходах не позволяет содержать в штате высококвалифицированных специалистов по функциональным направлениям менеджмента, ограниченность резервов в сочетании со сложностями получения займов делает малый и средний бизнес весьма уязвимым к внезапным спадам покупательной активности, непосредственная вовлеченность высшего руководства в текущие дела организации не оставляет времени для полноценного стратегического планирования, поэтому спектр необходимой консультационной поддержки в малом и среднем бизнесе предельно широк.

Как должно быть организовано консультационное обслуживание малых и средних предприятий в условиях современного рынка? Может ли оно строиться по схеме, в которой число организаций-консультантов, обслуживающих клиентскую компанию, будет сопоставимо с числом функций управления у организации-клиента? Определенно, это – не лучший вариант сотрудничества. На что может рассчитывать клиентская организация, рекомендации по разработке стратегии и формированию оргструктуры которой будет давать одна фирма (консалтинговая), налаживать учет и консультировать в сфере налогообложения – другая (аудиторская или бухгалтерская), проводить исследования рынка и консультировать по вопросам маркетинговой политики – третья, заниматься обучением персонала – четвертая, а разрабатывать и внедрять ИТ-системы – пятая? Вероятнее всего, такую компанию в процессе реформ ждет немало неожиданных потрясений, никак не укладывающихся в рамки представлений ее менеджмента о желаемых перспективах развития. Говорить об ответственности какой-либо из перечисленных консультирующих организаций за конечный интегрированный результат будет невозможно: каждая из них сможет доказать, что действовала в строгом соответствии с установленными стандартами и правилами, а кризис стал следствием внешних обстоятельств.

Поэтому, сегодня для предприятий малого и среднего бизнеса необходим консультант соответствующего их масштабу уровня, досконально знающий специфику их бизнеса и способный оперативно применить эти знания, а также мобилизовать собственные дополнительные ресурсы для решения неотложных проблем клиента. Это должен быть своего рода «семейный доктор», к которому можно обратиться с любой организационно-производственной проблемой. Конечно же, оперативность должна достигаться не за счет сверхнормативной оплаты, а за счет высокой осведомленности консультанта о деятельности предприятия-клиента.

Наиболее эффективный метод решения этой задачи заключается в построении особой модели консультант-клиентских отношений – модели, при которой консультант будет работать со своим клиентом на длительной, постоянной основе, а его специализация станет вестись не по функциям менеджмента как направлениям консалтинга, а по видам деятельности клиентских организаций. Консультационная организация в рамках этой модели приобретает новый статус – статус постоянного бизнес-консультанта предприятия. На сегодняшний день практика и методические наработки по комплексному консультационному обслуживанию предприятий малого и среднего бизнеса в России отсутствуют, хотя все основные предпосылки для внедрения такой формы консультант-клиентских отношений в нашей стране уже сформировались.

Постоянный бизнес-консультант предприятия – это определяемый по результатам комплексной рейтинговой оценки (тендера) партнер (консультационная организация или независимый консультант), обладающий достаточным потенциалом и отраслевой специализацией для комплексного обеспечения клиентской организации информационно-консультационными услугами по экономике и управлению и взаимодействующий с клиентом на долгосрочной договорной основе.

Деятельность постоянного бизнес-консультанта ни в коей мере не подменяет и не заменяет работу штатных специалистов предприятия. Специалисты, знания и умения которых постоянно задействованы в производственном процессе, продолжают исполнять свои функции. Бизнес-консультант предоставляет свои ресурсы в случае возникновения задач, не свойственных обычной деятельности клиента, требующих специальных знаний и навыков.

К примеру, на малом предприятии, имеющем постоянный круг поставщиков и стабильные каналы реализации, отсутствует необходимость в найме квалифицированного юриста, однако при возникновении вопросов, требующих правовой оценки (заключении качественно новых договоров, возникновении споров с контрагентами), такой специалист становится незаменим. Клиентская организация в этом случае обращается к своему бизнес-консультанту, в штате которого есть специалист юридического отдела, отвечающий за правовое обеспечение деятельности данного клиента. Опытный юрист, в зависимости от масштаба и характера проблемы, изучает ее самостоятельно или совместно с другими функциональными специалистами. Кроме того, он учитывает опыт решения аналогичных вопросов, ранее накопленный консультационной организацией. После проведения комплексного анализа, не только в правовом, но и в производственном, финансовом, налоговом поле, организация бизнес-консультант представляет клиенту возможные варианты решений с описанием наиболее вероятных последствий принятия каждого из них. Окончательный выбор решения в любом случае остается за предприятием. Выгода от сотрудничества с бизнес-консультантом выражается в обеспечении высокого качества анализа проблемы и в экономии времени, затраченного на такой анализ. Тот же механизм может быть применен и при решении вопросов налогообложения, управления временно свободными финансовыми активами, маркетинга, исследований рынка, информационных систем и технологий, найма и обучения персонала, а в отдельных случаях, и технологии производства.

Модель «постоянный бизнес-консультант предприятия – клиентская организация» не является договором в юридическом смысле этого слова. Это – соглашение о партнерстве и обещание оказать помощь. Договариваясь о сотрудничестве, клиент приобретает партнера, способного и готового оказать консультационные услуги по экономике и управлению в случае возникновения конкретной проблемы, но это не заставляет руководителя клиентской организации сразу же начинать согласование совместного консультационного проекта. *Консультант-клиентские отношения в рамках модели «постоянный бизнес-консультант предприятия – клиентская организация» не следует рассматривать как вид или метод консультирования: они являются формой организации сотрудничества, характеризующей многообразие методов при постоянстве взаимоотношений.*

Взаимодействие в рамках модели «постоянный бизнес-консультант предприятия – клиентская организация» создает преимущества как для предприятий-клиентов, так и для консультационных организаций.

Основное преимущество клиента – возможность привлечения на временной основе высококлассных специалистов, зачисление которых в штат предприятия экономически не оправдано, т.е. использование услуг аутсорсинга.

Стабильность и постоянство сотрудничества минимизируют транзакционные издержки, сокращая для обеих сторон затраты времени и средств на подготовительные и адаптационно-ознакомительные процедуры (заключение договоров, согласование сроков выполнения работ, форм и размеров оплаты). Здесь очевиден еще один выигрыш консультанта: он обеспечивает постоянную загрузку своих специалистов. В их работе появляется стабильность, гарантирующая равномерное распределение времени ме-

жду периодами непосредственной работы с клиентом и периодами повышения квалификации, обмена опытом, систематизации методик и практических наработок, а это – важнейшее условие качественной работы консультантов.

Отраслевая специализация бизнес-консультанта создает возможности для формирования банков методов и решений по проблемам отрасли, а также для постоянного совершенствования и унификации большинства технологий и процедур, что, во-первых, гарантирует оперативность работы, а во-вторых, позволяет значительно снизить себестоимость консультационной услуги и, тем самым, обеспечить ее финансовую доступность для предприятий малого и среднего бизнеса.

Оперативность обеспечивается также организационными факторами консультант-клиентского взаимодействия: при возникновении любых вопросов и проблемных ситуаций взаимодействие между функциональными специалистами клиента и консультанта в рамках предлагаемой модели строится непосредственно на том уровне, где требуется помощь или вмешательство и непосредственно теми сотрудниками, в чьей компетенции находится данный вопрос, без привлечения высшего менеджмента.

Отраслевая специализация позволяет постоянному бизнес-консультанту самостоятельно обслуживать весь комплекс организационно-экономических вопросов клиента. Комплексность обслуживания – одна из важнейших особенностей модели. Клиенту всегда удобно не разбивать свои заказы по областям специализации консультантов. Руководитель предприятия, как правило, потому и приглашает консультанта по управлению, что сам не готов точно определить, в какой из функциональных сфер у него возникла проблема: будь это не так, он, скорее всего, обошелся бы собственными силами.

Регулярная экспресс-диагностика и аудит хозяйственной деятельности клиентской организации позволяют консультанту оперативно сигнализировать менеджменту компании о потенциальных угрозах, а при разработке рекомендаций учитывать индивидуальную специфику клиента. Группа консультантов, работающих над проектом или ведущих клиентскую организацию, комплектуется специалистами всех функциональных направлений, которые в рамках каждого отдельного задания, вопроса или проекта взаимодействуют между собой. Эти факторы также обеспечивают комплексность консультационного обслуживания, дают руководству компании независимую оценку состояния бизнеса и способствуют профилактике проблем управления.

Нельзя не учитывать и психологический фактор – при работе с постоянным бизнес-консультантом отсутствует период коммуникативной адаптации партнеров: они говорят на «одном языке», у них существует единство взглядов и целей совместной деятельности. Клиент заинтересован видеть в консультанте, прежде всего, «семейного доктора», который всегда рядом, которого можно всегда пригласить и который сразу же придет на помощь, если случилась беда. Здесь открываются новые возможности для небольших местных консалтинговых организаций. Масштаб их деятельности больше соответствует масштабу региональных клиентов, что обуславливает взаимную значимость, взаимную заинтересованность клиента и постоянного бизнес-консультанта в сфере малого и среднего бизнеса, а это – гарантия отсутствия психологических барьеров для клиента, гарантия эффективности сотрудничества.

В процессе анализа предлагаемой модели консультант-клиентского взаимодействия неизбежно встает вопрос о гарантиях нераспространения конфиденциальной информации, получаемой бизнес-консультантом в ходе его работы. Возможность утечки информации в рамках модели «постоянный бизнес-консультант предприятия – клиентская организация» существует ровно в той же мере, в какой она существует и в рамках любых консультант-клиентских отношений, при этом ответственность постоянного партнера всегда выше, чем ответственность специалистов привлекаемых для выполнения единичных заданий: гарантии сохранности конфиденциальной информации определяются здесь факторами отраслевой репутации бизнес-консультанта и долгосрочным характером сотрудничества.

Существуют общепрофессиональные правила и схемы, позволяющие повысить гарантии клиента в отношении сохранности коммерческой информации. Эти правила в полной мере применяются и к рассматриваемой модели консультант-клиентского взаимодействия. К ним относится система членства организаций-консультантов в профессиональных объединениях и союзах: такие объединения в целях поддержания имиджа высокого профессионализма организаций-участников разрабатывают кодексы профессиональной этики и стандарты деятельности, обязательные для соблюдения всеми членами общества. Фирмы, нарушающие установленные правила и стандарты работы консультантов, исключаются из числа членов такого общества. Отраслевая и профессиональная репутация имеет огромное значение для успеха консультационного бизнеса. Настоящий профессионал никогда не станет приносить успех всего дела в жертву сиюминутной выгоде. В связи с этим, осуществляя выбор постоянного бизнес-консультанта, клиентская организация должна ознакомиться с информацией о потенциальных партнерах в региональном объединении консультантов и оценить чистоту репутации претендентов.

Традиционным механизмом обеспечения гарантий нераспространения коммерческой информации является закрепление положений об обязательствах консультанта по нераспространению конфиденциальной информации и мерах его ответственности за нарушение данных обязательств в договоре на оказание консультационных услуг.

Возможность скрытого влияния постоянного бизнес-консультанта на принятие управленческих решений клиентской организацией представляется необоснованной: консультирование – это, прежде всего, совещательная служба. Выбор окончательного решения всегда остается за клиентом, он же определяет, какой из предложенных консультантом вариантов решения проблемы наиболее приемлем в сложившейся ситуации. Отсутствие реальных положительных изменений в предметной области консультирования будет для клиента сигналом о неэффективности сотрудничества с данным бизнес-консультантом.

Гарантией обеспечения высокого качества услуг постоянных бизнес-консультантов должно стать, во-первых, введение системы аттестации специалистов и сертификации консультационных организаций при ведущей роли профессиональных объединений консультантов, а во-вторых, эффективная методика выбора постоянного бизнес-консультанта, основанная на применении рейтинговой системы оценки качественных характеристик претендентов. Оценка (рейтинг) консультационной организации как потенциального бизнес-консультанта определяется суммированием оценок финансового и технического предложений, представленных в ответ на техническое задание клиента. Оценка технического предложения, в свою очередь, является суммарной результирующей произведений удельных весов профессиональных организационно-технических характеристик претендента и фактических баллов, выставленных ему экспертным методом по каждому из параметров. Рассматривают три группы организационно-технических характеристик потенциального бизнес-консультанта: общая характеристика опыта фирмы, опыт и квалификация команды консультантов, характеристика плана работ. Удельно-весовой коэффициент, применяемый для конкретного параметра оценки (или группы параметров), определяется экспертным методом, исходя из конкретных целей и задач предстоящего сотрудничества. В роли экспертов здесь могут выступать как менеджеры компании, так и независимые специалисты.

Взаимодействие с постоянным бизнес-консультантом предполагает длительное сотрудничество, поэтому любые расчетно-аналитические процедуры необходимо дополнять личными беседами с участвующими в проекте специалистами и тестированием процессов взаимодействия. Знакомство с подходами и методами работы конкретной консультационной организации при получении отдельных экспертных консультаций до заключения полномасштабного договора о сотрудничестве – важный аргумент при принятии решения о выборе постоянного бизнес-консультанта. Совместная реализация проектов, не носящих стратегического характера, позволит компании оценить квалификацию потенциальных партнеров, их надежность и умение сотрудничать. После получения такого опыта клиентская организация может принять обоснованное решение о масштабе и характере взаимодействия с консультационной организацией и заключить долгосрочный договор о сотрудничестве.

Организационно-договорной основой взаимодействия постоянного бизнес-консультанта предприятия и клиентской организации является рамочное соглашение или соглашение о намерениях, определяющее цели, сферы и условия сотрудничества, в соответствии с которым составляются предметные договоры на те или иные консультационные услуги. Рамочное соглашение между постоянным бизнес-консультантом и клиентской организацией заключается в письменной форме и подписывается руководителями обеих сторон. После подписания все полномочия по организации консультационного взаимодействия с клиентом переходят к руководителю проекта (координатору). Непосредственно с ним, в дальнейшем, согласовывает все вопросы и руководит клиентской организацией. Предварительное согласование организационно-договорных аспектов сотрудничества позволяет консультанту и клиенту приступать к реализации проектов сразу после проявления первых симптомов проблемы, без адаптационно-подготовительного периода.

В рамках модели «постоянный бизнес-консультант предприятия – клиентская организация» могут применяться две базовые формы сотрудничества:

- 1) информационно-консультационное сопровождение бизнеса клиента;
- 2) реализация консультационных проектов, касающихся организационных изменений в системе менеджмента клиента или в ее отдельных подсистемах.

Информационно-консультационное сопровождение бизнеса клиента – это принципиально новая для отечественного консалтинга форма консультант-клиентского взаимодействия. Сферы ее приоритетного использования – малое и среднее предпринимательство, а также бизнес, находящийся в стадии становления или расширения, т.е. те организации, где существуют бизнес-функции, не обеспеченные кадровыми ресурсами, адекватными уровню возникающих задач. Механизм информационно-

консультационного сопровождения бизнеса позволяет компании концентрировать свои усилия на основном производстве, разделяя решение вопросов обеспечения деятельности с более опытным партнером.

В качестве базовых форм информационно-консультационного сопровождения бизнеса могут быть предложены следующие:

- договор на абонентское обслуживание по функциональным направлениям (юридическое, налоговое, технологическое и т.п.);
- договор на аудит системы управления и ведения бизнеса;
- договор на представительство интересов клиента;
- договор по проведению маркетинговых исследований;
- договор на внедрение и обслуживание ИТ-систем;
- договор на программы повышения квалификации.

Информационно-консультационное сопровождение бизнеса не всегда является консультированием в абсолютном понимании. Оно реализуется как традиционными методами консультирования (экспертное, обучающее), так и методами аутсорсинга, где ряд задач, таких как регистрация и лицензирование, представительство в судах, обслуживание ИТ-систем, клиент поручает своему бизнес-консультанту, полагаясь на его обширный опыт и глубокое знание проблемы.

Второй формой взаимодействия в рамках модели «постоянный бизнес-консультант предприятия – клиентская организация» является реализация системных консультационных проектов. Потребность в такой форме сотрудничества возникает по мере роста бизнеса или в случае возникновения угрозы кризиса. В качестве базового метода консультирования используется консультирование по процессу при непосредственном и постоянном взаимодействии клиента и консультанта, что предполагает увеличение затрат времени специалистов постоянного бизнес-консультанта и соответствующее, значительное увеличение стоимости проекта.

Системные консультационные проекты могут иметь самые разнообразные цели и формы. По целевому признаку можно выделить:

- проекты внедрения (новых технологий, оборудования, методов управления);
- проекты по реструктуризации организации в целом или отдельных ее подразделений, в том числе проекты по выделению или объединению бизнеса;
- проекты по развитию организации.

Достижение целей системного консультационного проекта не означает прекращение сотрудничества. Постоянный бизнес-консультант продолжает контролировать четкость реализации внедренных в систему клиента механизмов, обеспечивая соответствие получаемого эффекта первоначальным целям и ожиданиям.

Реализация любых системных консультационных проектов в рамках модели «постоянный бизнес-консультант предприятия – клиентская организация», независимо от масштаба и стратегического уровня, состоит из трех последовательных этапов:

- 1) диагностика ситуации и определение проблемы;
- 2) разработка стратегии изменений;
- 3) разработка и реализация конкретных действий, направленных на максимизацию положительного эффекта от деятельности служб и подразделений клиента.

Принципиальные различия в подходах к реализации системного консультационного проекта постоянным бизнес-консультантом и консультационной организацией, привлекаемой для единичного оказания услуг, представлены в табл. 1.

Сегодня с уверенностью можно говорить о том, что за отношениями в рамках модели «постоянный бизнес-консультант предприятия – клиентская организация» – будущее консультационной отрасли. В современном быстроменяющемся мире бизнеса каждый экономический субъект должен делать то дело, для реализации которого у него есть особые, исключительные знания и опыт. Производитель должен быть специалистом в области своего продукта: его разработки, производства и реализации, а также в вопросах координации и управления этими процессами. Консультант же должен способствовать установлению и обеспечению стабильности взаимодействия производителя с внешней средой, адаптации его способностей, навыков и знаний к изменяющимся требованиям рынка, продвижению и распространению новейших технологий в сфере деятельности своих клиентов.

Таблица 1

Этап проекта		Постоянный бизнес-консультант	Традиционные модели консультирования
Диагностика	Внешняя среда. Системный анализ проблемы	Постоянный мониторинг. Выявление и профилактика проблем в инкубационном	Не проводится или существенно увеличивает объем затрат, сроки реализации и стоимость работ
	Микро-среда проблемы	Осуществляется в рамках данного консультационного задания или в режиме профилактики проблемы	Осуществляется в рамках данного консультационного задания
Разработка стратегии		Постоянно пополняемый банк данных, аналитика результатов в различных рыночных ситуа-	Разрабатывается в рамках данного консультационного проекта
Реализация	Применяемые методики и технологии	Отработанные отраслевые и региональные методики	Разработка методик для данного проекта или перенесение из других отраслей
	Процесс внедрения	Применение методик с учетом специфики данной организации	Внедрение без полномасштабной адаптации к специфике корпоративной культуры клиента ввиду ограничений по времени и стоимости

А.Н. Дейнега, О.В. Большаков

СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ И КАЧЕСТВО ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ

Важным показателем социально-трудовых отношений является качество трудовой жизни как совокупность свойств, дающих характеристику условий труда и разрешающих учесть степень выполнения интересов работника и использования его возможностей.

Теоретические подходы, определяющие качество трудовой жизни, сформировались в западных странах в 1960 – 1970-х гг. прошлого столетия в работах Э. Мэйо, А. Маслоу, Д. Мак-Грегори. В основу концепции качества трудовой жизни положен подход к творческому характеру личности человека. Работник современного предприятия желает быть активной стороной в социально-трудовых отношениях: влиять на трудовой процесс, планировать свою работу, участвовать при решении вопросов найма, оплаты труда и др. Основная цель при разработке показателей качества трудовой жизни – в создании таких условий, в которых работники могли развиваться как личности в культурных, национальных, нравственных и бытовых аспектах.

Основу концепции качества трудовой жизни составляют, во-первых, положение об обеспечении удовлетворенности работника результатами своего труда как главного мотива по сравнению с зарплатой и продвижению по работе. Во-вторых, принцип трудовой демократии. В-третьих, возможности постоянного профессионального роста. Поэтому крупные фирмы имеют у себя курсы по обучению и повышению квалификации своих работников, оплачивают обучение вне предприятия, тем самым, поощряя их профессиональный рост. С этим связано выделение такой части в оплате труда, как оплата за знания. Во многих развитых странах, имеющих эффективную систему государственной социальной поддержки, корпорации расходуют на повышение квалификации работников больше средств, чем государство.

В теории и практике повышения качества трудовой жизни значительное место отводится условиям труда, его охраны и безопасности. В предприятиях и организациях создаются специализированные службы для контроля производственной среды, которая может неблагоприятно влиять на здоровье работников. Эти службы участвуют в разрабатываемых руководством фирм программах по совершенствованию производственных операций, в испытании и санитарно-гигиенической оценке нового оборудования.

Внедрение программ качества трудовой жизни началось в ряде крупных корпораций в 70-е гг. XX в. под давлением профсоюзов и экономической ситуации, технологических изменений и в связи с появлением новых систем информатизации и т.д. Постепенно их действие распространилось на фирмы большинства развитых стран.

Оценку качества трудовой жизни стали проводить на основе статистической информации, оценок экспертов и социологических опросов. Параметры оценки качества трудовой жизни составляют: технология, организация, личные потребности работников, внешняя среда и общество, рабочее место.

Показателем качества трудовой жизни являются денежные доходы на душу населения (табл. 1).

1 Денежные доходы на душу населения за 1998 – 2000 гг.

Регион	1998 г.	1999 г.	2000 г.
Тамбовская область	615,8	1068,7	1454,6
Воронежская область	696,1	1022,4	1228,6
Липецкая область	735,4	1187,1	1683,4
Белгородская область	720,4	1083,7	1361,5
Курская область	630,3	1023,6	1262,4

Реальные располагаемые денежные доходы по Тамбовской области в июне 2003 г. по сравнению с июнем 2002 г. увеличились на 6,5 %, по сравнению с июнем 2003 г. – на 6,0 %.

С ноября 1980 г. в 24 странах ОЭСР стала использоваться система показателей качества трудовой жизни, характеризующая среднюю продолжительность рабочего времени, время на дорогу на работу, оплачиваемый ежегодный отпуск, гибкий рабочий график, распределение заработков, нарушение нормальных условий труда, смертность на рабочем месте.

Значительная часть жизни людей проходит на производстве. Поэтому качество трудовой жизни во многом предопределяет качество среды обитания человека в целом, т.е. качества жизни как характеристики уровня и условий проживания населения, учитывающая состав семьи, состояние здоровья ее членов, их социальной удовлетворенности и т.п. При этом качество жизни населения государства или региона определяется совокупным воздействием экономических, социальных, демографических, географических, политических, моральных и прочих факторов объективного и субъективного характера. Среди них главными являются такие, как удовлетворенность работой и жизненными условиями, возможностями развития отдельного человека и его семьи, положением семьи в обществе, ее финансовым положением или оценка условий среды обитания и качества трудовой жизни.

Большинство стран используют показатели качества и уровня жизни населения, предложенные ООН и ее организациями. Например, европейская экономическая комиссия ООН предлагает классификацию по восьми группам показателей. Концепция качества жизни, разработанная в Швеции, на первое

место ставит труд и его условия, экономические и политические возможности человека. В классификации ООН, предназначенной для любых, в том числе развивающихся стран, на первом месте – потребление продуктов питания, здоровье, образование. Наиболее полной считается система показателей качества жизни стран ОЭСР, включающая девять основных показателей жизнедеятельности человека: здоровье, образование, занятость и качество трудовой жизни, досуг и отдых, состояние потребительского рынка товаров и услуг, окружающей среды, личная безопасность, социальные возможности и социальная активность.

Таким образом, оценки состояния и степени развитости социально-трудовых отношений основываются на использовании показателя качества трудовой жизни. Под качеством трудовой жизни понимается систематизированная совокупность свойств, характеризующих условия труда в широком смысле слова и позволяющих учесть степень реализации интересов и способностей работников.

В.Н. Дякин

ИНТЕГРИРОВАННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Программный комплекс оценки эффективности отдельных инвестиционных проектов (комплекс 1) и программный комплекс формирования оптимального инвестиционного портфеля предприятия (комплекс 2) являются взаимодополняющими. Информация, содержащаяся в файлах баз данных инвестиционных проектов комплекса 1, является входной для комплекса 2.

Приведем перечень информации, поступающей из комплекса 1 и являющейся входной для комплекса 2 отдельно по каждому из выбранного набора продуктов и по каждому из интервалов времени портфеля инвестиционных проектов.

1 Технологические данные: нормы затрат сырья, материалов, энергии, времени рабочей силы, времени работы машин и оборудования и т.д. с детальной разбивкой по каждой статье затрат в денежном и натуральном выражении. То есть, сколько единиц ресурсов того или иного вида требуется для производства единицы выпускаемого продукта и стоимость единицы ресурсов.

2 Запасы сырья, материалов, машин, оборудования и т.д., а также персонал на начало горизонта планирования (которые будут использоваться для производства выбранного набора продуктов).

3 Стоимость увеличения на единицу сырья, машин, оборудования, найма персонала и т.д., используемых при производстве выбранного набора продуктов.

4 Первоначальный вариант плана производства и сбыта с детализацией по годам (или более детально).

5 Норма дисконта для определения общей чистой дисконтированной прибыли (чистого приведенного дохода) предприятия.

На основе входных данных производится поиск оптимального варианта сочетания параметров прибыли от единицы продукции, запасов ресурсов предприятия, объемов продаж, доставляющих максимум целевой функции общей дисконтированной чистой прибыли за выбранный горизонт планирования.

Затем происходит движение информации в обратном направлении от комплекса 2 к комплексу 1. Полученные оптимальные параметры инвестиционных проектов возвращаются обратно в файлы баз данных инвестиционных проектов, предназначенные для последующей обработки и формирования оптимальных отчетов в программном комплексе 1.

Приведем перечень указанных выше данных, передаваемых в базу данных каждого проекта комплекса 1:

1) план производства и сбыта продукта с указанием объемов продаж и цен для каждого интервала времени;

2) изменение запасов сырьевых, материальных и других ресурсов предприятия относительно начального запаса, связанных с производством указанных объемов продукта за каждый из интервалов времени;

3) план по персоналу предприятия в разрезе указанного продукта за каждый из интервалов времени;

4) план по машинам, оборудованию и т.п. в разрезе указанного продукта за каждый из интервалов времени;

5) общий инвестиционный план по производству данного продукта за каждый из интервалов времени.

Следует отметить, что для интеграции с программным комплексом 2 (после его доработки) можно использовать любой программный продукт по оценке эффективности инвестиционных проектов имеющий либо открытую архитектуру (как программный продукт Альт-Инвест), либо позволяющий обмениваться информацией через соответствующий интерфейс (как Project Expert версии 7), либо имеющих базу данных стандартных файлов для хранения информации о проекте.

Возможности, реализованные в программном комплексе 2, значительно расширят привлекательность указанных программных продуктов оценки эффективности инвестиционных проектов и составления бизнес-планов, переведя их на уровень корпоративных информационных систем. При этом будет использоваться современная идея объединения ресурсного и рыночного подходов к стратегическому менеджменту предприятия.

СХЕМА ДАННЫХ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПРЕДСТАВЛЕНА НА РИС. 1.

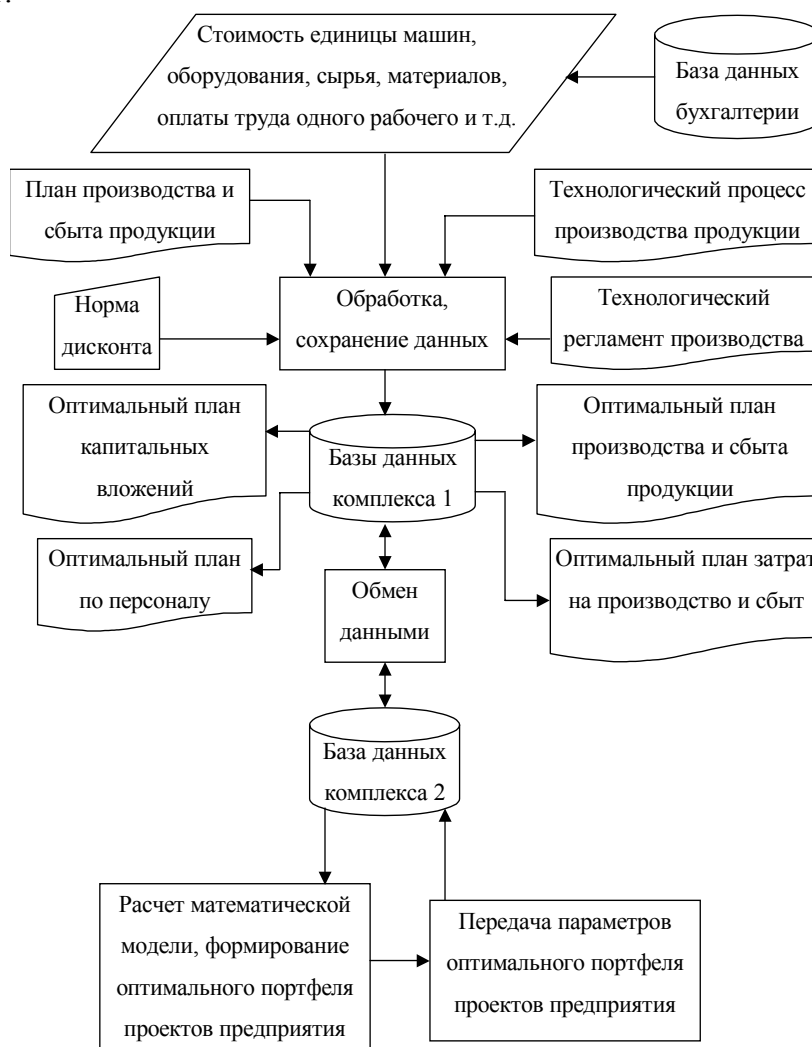


РИС. 1 СХЕМА ДАННЫХ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

Указанный перечень выходной информации фактически содержит управляющие параметры по отношению к каждому инвестиционному проекту в частности и ко всему предприятию в целом.

Следует отметить, что представленный комплекс программ в некоторой степени сопоставим с концепциями формирования портфелей инвестиционных проектов существующих программных средств бизнес-планирования (например, Project Expert Holding). Принципиальное отличие заключается в способности предлагаемых комплексов к автоматическому поиску наилучшего варианта инвестиционного портфеля.

Интегрирование программных комплексов по бизнес-планированию и формированию инвестиционного портфеля предприятия позволяет автоматизировать процесс формирования инвестиционной политики всего предприятия, а не отдельных его инвестиционных проектов. При этом учитываются технологические возможности всего предприятия, его сильные по отношению к конкурентам стороны и требования внешней среды для выполнения полного комплекса возможных для предприятия инвестиционных проектов.

Автоматическая переносимость данных из одного комплекса в другой позволит устранить излишнее дублирование информации и ускорить процесс принятия управленческих решений при формировании стратегии развития предприятия на средне- и долгосрочную перспективу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Попов В.М. Бизнес-планирование. М.: Финансы и статистика, 2000.
- 2 Сборник бизнес-планов: Современная практика и документация. Отечественный и зарубежный опыт / Под ред. В.М. Попова. М.: Финансы и статистика, 1997.

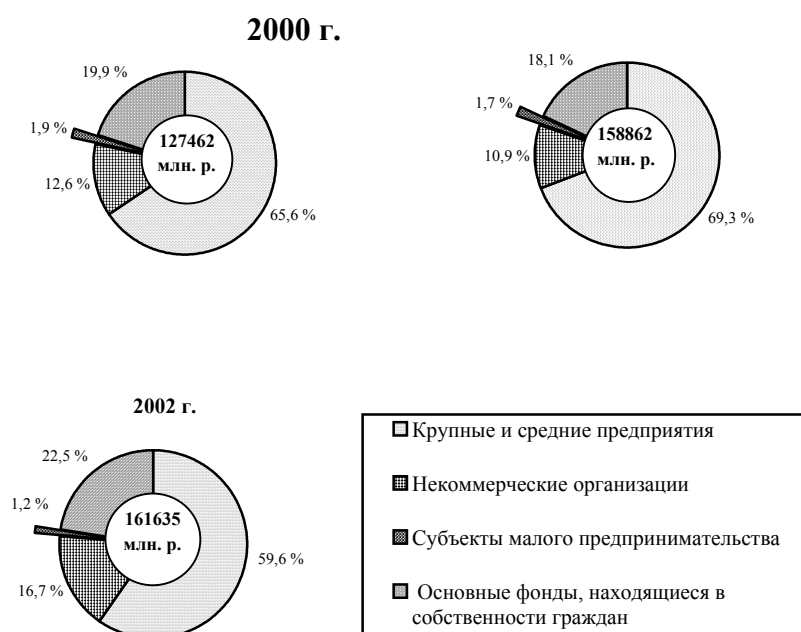
Л.Г. ГУРОВА

Анализ состояния и использования основных фондов Тамбовской области за 1995 – 2002

ГОДЫ

Развитие экономики в регионе во многом определяется состоянием и использованием основных фондов. Анализ показателей изменения стоимости, распределения и состояния основных фондов области основан на данных баланса основного капитала, расчеты которого ежегодно производятся областным комитетом Госстатистики.

В составе баланса основного капитала учтены основные фонды, принадлежащие юридическим и физическим лицам: крупным и средним (коммерческим) предприятиям, некоммерческим организациям, субъектам малого предпринимательства и основным фондам, состоящим в собственности граждан. Данные баланса основного капитала рассчитаны по «чистым» отраслям (рис. 1).



**РИС. 1 СТРУКТУРА БАЛАНСА ОСНОВНОГО КАПИТАЛА
(на конец года; по балансовой стоимости; в процентах к итогу)**

Наибольший удельный вес в основных фондах области занимают основные фонды крупных и средних коммерческих предприятий, к концу 2002 г. им принадлежали основные фонды стоимостью 96,2 млрд. р. (без учета стоимости приватизированного жилого фонда, входящего в собственность граждан).

Стоимость основных фондов некоммерческих организаций (без учета стоимости приватизированного жилого фонда) на конец 2002 г. составляло 27,0 млрд. р. и увеличилась в 1,5 раза против предыдущего года, что связано с переходом ряда коммерческих транспортных предприятий в некоммерческие.

Более пятой части стоимости основных фондов области составляют основные фонды, находящиеся в собственности граждан, на конец 2002 г. они оценены в 36,4 млрд. р. и увеличились по сравнению с предыдущим годом на 26,3 %.

На долю малых предприятий по оценке 2002 г. приходилось 1,2 % фондов области (2,0 млрд. р.), по данным сплошного обследования малых предприятий в 2000 г. она составляла 1,9 %.

К концу 2002 г. по предварительным данным полная учетная стоимость основных фондов области составила 161,6 млрд. р. в текущих ценах, их остаточная стоимость – 84,3 млрд. р.

За последние годы доля основных фондов области в общероссийских основных фондах и в основных фондах Центрального федерального округа составляет 0,7 и 3,1 % соответственно.

За счет поступления, реконструкции и ввода в действие новых зданий, машин и оборудования стоимость основных фондов за год увеличилась на 6,8 млрд. р. (4,4 %).

Стоимость основных фондов области на конец 2001 г. в сопоставимых ценах 1990 г. составила 93,7 % от их стоимости на конец 2000 г., 93,1 % от уровня 1990 г.

При этом спад наблюдался в отраслях, производящих товары (82,8 %), а в отраслях, оказывающих услуги, стоимость основных фондов незначительно, но увеличилась (на 1,9 % к предыдущему году) (табл. 1).

По-прежнему в отраслевой структуре основных фондов сохраняется преобладание основных фондов отраслей, оказывающих услуги, хотя их доля несколько снизилась с 77,5 до 73,7 % по сравнению с 2001 г.

В составе основных фондов оставался значительным удельный вес транспорта, на его долю в основных фондах области на конец 2002 г. приходилось 39,5 % (в 2001 г. – 44,9 %) и по стоимости основных фондов отрасль занимает первое место не только среди базовых отраслей экономики, но и в структуре основных фондов области. Остается существенной доля основных фондов жилищного хозяйства – 22,6 %, прирост против 2001 г. на 0,9 %.

**1 ИЗМЕНЕНИЕ СТОИМОСТИ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ
(по полной балансовой стоимости,
на конец года в сопоставимых ценах 1990 г.)**

Показатель	1990 г.	1995 г.	2000 г.	2001 г.
Тамбовская область в % к предыдущему году	103, 6	97,0	95,4	93,7
в том числе:				
отрасли, производящие товары	103, 6	101,4	86,1	82,8
отрасли, оказывающие ус- луги	103, 6	92,9	103, 8	101, 9
Российская Федерация в % к предыдущему году	104, 1	100,0	100, 4	100, 5
в том числе:				
отрасли, производящие товары	104, 1	99,1	99,6	99,8

отрасли, оказывающие услуги	103,7	101,1	101,1	101,2
-----------------------------	-------	-------	-------	-------

Примечание. Данные за 2002 г. будут известны после получения индексов пересчета.

В структуре основных фондов области произошло незначительное увеличение доли ведущих отраслей, производящих товары, с 22,5 в 2001 г. до 26,3 % в 2002 г., но это в 2,0 раза меньше, чем в 1995 г. и в 1,9 раза по сравнению с 1990 г.

Удельный вес основных фондов промышленности вырос на 4,6 % к 2001 г. и к концу 2002 г. на них приходилось 14,8 основных фондов области, против 23,0 % в 1990 г.

В 2002 г. произошло увеличение доли основных фондов строительного назначения, но она осталась незначительной (0,9 %), и сократилась к уровню 1990 г. в 3,0 раза.

Продолжается снижение удельного веса основных фондов сельского хозяйства, на конец 2002 г. они составили всего 9,8 %, за год стоимость их уменьшилась на 891 млн. р., что ниже даже уровня 2001 г. на 1,1 %, а против 1990 г. – в 2,6 раза (табл. 2).

На ситуацию, складывающуюся с состоянием и использованием основных фондов области в целом, в значительной степени, как показал анализ, оказывают влияние основные фонды крупных и средних коммерческих предприятий (рис. 2).

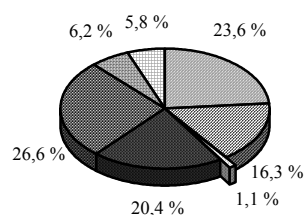
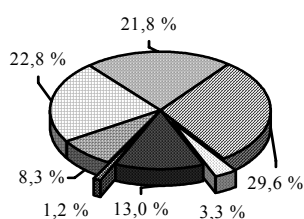
В отраслевой структуре основных фондов крупных и средних предприятий наблюдалось та же тенденция, что и в целом по области – снижение доли основных фондов отраслей, производящих товары, и увеличение доли основных фондов отраслей, оказывающих услуги.

2 НАЛИЧИЕ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ПО БАЗОВЫМ ОТРАСЛЯМ (по полной балансовой стоимости, на конец года, в текущих ценах)

Показатель	В % к итогу			
	1995 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
Все основные фонды	100	100	100	100
в том числе:				
отрасли, производящие товары	53,2	31,6	22,5	26,3
из них:				
промышленность	23,0	12,4	10,2	14,8
сельское хозяйство (кроме скота)	25,0	17,4	10,8	9,7
строительство	2,9	0,8	0,8	0,9
отрасли, оказывающие услуги	46,8	68,4	77,5	73,7
из них:				
транспорт	14,0	29,7	44,9	39,5
торговля	1,9	1,2	0,9	0,8

На конец 1995 г.

На конец 2002 г.



■ Промышленность	■ Сельское хозяйство	□ Строительство
■ Транспорт	■ Торговля	■ Жилищное хозяйство
□ Другие		

РИС. 2 ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ПО КРУПНЫМ И СРЕДНИМ ПРЕДПРИЯТИЯМ (В % К ИТОГУ)

Так, удельный вес основных фондов отраслей, производящих товары по сравнению с предыдущим годом снизился на 6,4 % и составил к концу 2002 г. 41,1 %, соответственно увеличился удельный вес отраслей, оказывающих услуги, с 52,5 на конец 2001 г. до 58,9 % на конец 2002 г.

В отраслевой структуре основных фондов некоммерческих организаций произошли значительные изменения, вызванные переходом ряда транспортных предприятий из коммерческих в некоммерческие, а также изменениями, внесенными в статотчетность за 2002 г. по учету приватизированного жилого фонда.

На долю основных фондов транспорта на конец 2002 г. приходилось 41,0 % основных фондов некоммерческих организаций, вместо 0,5 % на конец 2001 г.

Снизился удельный вес таких отраслей как: жилищное хозяйство с 36,7 на конец 2001 г. до 14,7 % на конец 2002 г., здравоохранение – с 11,2 до 8,2 %, образование – с 12,8 до 6,3 % соответственно.

В отраслевой структуре основных фондов, состоящих в собственности граждан основную часть (85,8 %) занимают жилищные фонды, это 85,4 % всех основных фондов жилищного хозяйства области. По сравнению с 2001 г. стоимость жилищного фонда, состоящего в собственности граждан увеличилась на 30 % (7,2 млрд. р.). Из всей стоимости жилищного фонда в собственности граждан 68 % составляют индивидуальные дома, 30 % – приватизированное и выкупленное жилье, 2 % – дачи и садовые домики.

Основные фонды сельского хозяйства, задействованные в личных подсобных хозяйствах (сельскохозяйственная техника, скот, хозяйственные постройки, многолетние насаждения), составляли к началу 2003 г. 10 % (к началу 2002 г. – 11 %) основных фондов, находящихся в собственности граждан. На основные фонды, используемые для предпринимательской деятельности, без образования юридического лица

(в отраслях транспорта, торговли, промышленности) приходилось всего лишь 4,2 % основных фондов, состоящих в собственности граждан.

Перераспределение основных фондов по формам собственности в настоящее время стабилизировалось (табл. 3).

В экономике области преобладают основные фонды предприятий негосударственной собственности (64,1 %) и имеют тенденцию к увеличению, в последние три года в основном за счет основных фондов, находящихся в муниципальной собственности, доля которой в 2002 г. сократилась по сравнению с 2000 г. на 4,5 %.

Удельный вес государственной собственности за период 2000 – 2002 гг. остался неизменным. Однако доля государственной собственности, включая муниципальную в 2001 г. по сравнению с 2000 г. снизилась на 2,9 % и этот показатель ниже, чем в среднем по Российской Федерации (табл. 4).

В общем объеме основных фондов основного вида деятельности крупных и средних коммерческих и некоммерческих организаций к концу 2002 г. здания и сооружения составляли 76,0 %, машины и оборудование 15,1 %, транспортные средства 7,3 %, т.е. на активную часть основных фондов приходится только четверть всех основных фондов основного вида деятельности (рис. 3).

3 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ПО ФОРМАМ СОБСТВЕННОСТИ (на конец года; по полной балансовой стоимости; в %)

Показатель	1990 г.	1995 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
Все основные	100	100	100	100	100

Основные фонды базовых отраслей экономики (промышленность, сельское хозяйство, строительство, транспорт, торговля) к началу 2002 г. составили 68,0 % всех основных фондов области.

Реальное состояние основных фондов можно оценить, исключив из полной учетной стоимости ее изношенную часть (рис. 4).

В последние годы не наблюдается резкого увеличения износа основных фондов, к концу 2002 г. степень износа составляла 47,9 % (по полному кругу предприятий), против 46,1 % предыдущего года и 38,8 % к началу 1996 г. (табл. 5).

В наибольшей степени изношены основные фонды в отраслях, производящих товары, их износ составил к концу 2002 г. 54,8 против 43,1 % на конец 1995 г. и 52,7 % – 2001 г. Более чем на половину изношены основные фонды в фондообразующих отраслях – промышленности и сельском хозяйстве, степень износа к концу 2002 г. в них составляла соответственно 59,0 и 53,1 %. Увеличивается изношенность основных фондов строительства (на конец 2002 г. – 47,8 %, 1995 г. – 38,0 %).

Основные фонды отраслей, оказывающих услуги, также неуклонно «стареют» и степень износа увеличилась с 33,4 в 1995 г. до 45,4 % к началу 2003 г. Наиболее быстро увеличивается износ основных фондов транспорта, где степень износа увеличилась против 1995 г. на 25,4 % и составляла к началу 2003 г. 59,6 %.

Выше, чем по экономике области, степень износа основных фондов в крупных и средних коммерческих организациях. К концу 2002 г. она составила 57,2 %, в том числе машин и оборудования 63,1 %, транспортных средств 76,5 % (табл. 6).

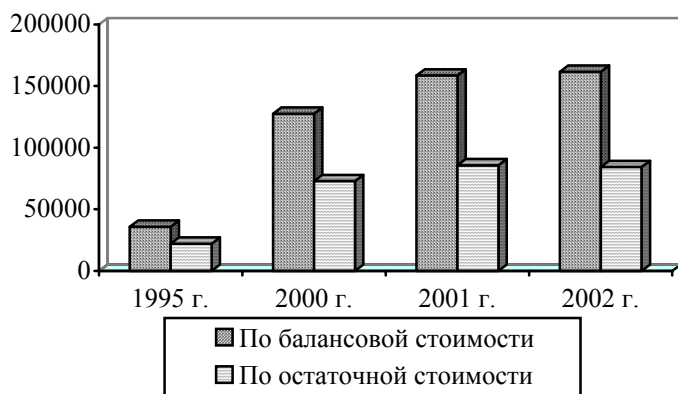


РИС. 4 НАЛИЧИЕ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ В ЭКОНОМИКЕ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ (на конец года; по балансовой стоимости; млн. р.; 1995 г. – млрд. р.)

5 СТЕПЕНЬ ИЗНОСА ОСНОВНЫХ ФОНДОВ БАЗОВЫХ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ (в % к полной балансовой стоимости на конец года)

Показатель	1995 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
Все основные фонды	38,8	42,8	46,0	47,9
Основные фонды отраслей, производящих товары	43,1	56,3	52,7	54,8
из них:				
промышленность	47,2	56,3	55,3	59,0
сельское хозяйство (кроме скота)	40,9	59,4	55,0	53,1
строительство	38,0	46,7	46,1	47,8
Основные фонды отраслей, оказывающих услуги	33,4	36,6	44,0	45,4
из них:				
транспорт	34,2	48,5	55,1	59,6
торговля	37,6	44,3	45,9	48,7

6 УДЕЛЬНЫЙ ВЕС ПОЛНОСТЬЮ ИЗНОШЕННЫХ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ В ИХ ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ ПО БАЗОВЫМ ОТРАСЛЯМ ЭКОНОМИКИ
(в крупных и средних коммерческих организациях; в %)

Год	Всего	Промышленность	Сельское хозяйство	Строительство	Транспорт	Торговля
2000	15,1	22,7	13,3	15,8	15,1	13,2
2001	17,8	23,2	14,9	15,8	20,4	15,1
2002	20,1	23,4	14,1	21,7	28,7	19,0

Данные также свидетельствуют, что доля участия в производстве товаров и оказании услуг полностью изношенных фондов продолжает увеличиваться. В коммерческих организациях полностью изношены 20 % основных фондов, в том числе почти третья часть основных фондов на транспорте и четвертая часть в промышленности (табл. 7).

Полностью изношенными являются 37,5 % машин и оборудования и 32,2 % транспортных средств.

На состояние основных фондов оказывает влияние величина инвестиций, направляемых на строительство, расширение, реконструкцию, техническое перевооружение объектов, приобретение современной техники (табл. 8).

7 СТЕПЕНЬ ИЗНОСА И ДОЛЯ ПОЛНОСТЬЮ ИЗНОШЕННЫХ МАШИН И ОБОРУДОВАНИЯ И ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ КРУПНЫХ И СРЕДНИХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ОСНОВНОМУ ВИДУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО БАЗОВЫМ ОТРАСЛЯМ ЭКОНОМИКИ НА КОНЕЦ 2002 Г. (В ТЕКУЩИХ ЦЕНАХ, В %)

Показатель	Машины и оборудование		Транспортные средства	
	Степень износа	Удельный вес полностью изношенных	Степень износа	Удельный вес полностью изношенных
Всего	63,1	37,5	76,5	32,2
в том числе: промышленность	66,4	40,8	54,6	26,4
строительство	68,3	41,5	67,8	48,6
сельское хозяйство	62,4	39,9	63,8	35,7
транспорт	65,8	34,7	81,5	32,3
торговля и общественное питание	56,9	32,3	53,0	24,7

**8 ИНВЕСТИЦИИ, В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ
(в фактически действовавших ценах – млн. р., 1995 г. – млрд. р.)**

Показатель	1995 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
Инвестиции в основной капитал	835,0	2526,5	3772,3	5107,9
в % к предыдущему году в сопоставимых ценах	89,1	107,1	134,9	121,1
в том числе: инвестиции по отраслям, производящим товары	212,3	791,0	1367,4	1548,5
в % к предыдущему году в сопоставимых ценах	77,6	102,5	–	101,5
инвестиции по отраслям, оказывающим услуги	622,7	1735,5	2404,9	3559,4
в процентах к предыдущему году в сопоставимых ценах	93,8	109,3	–	131,3

Несмотря на то, что наблюдался рост инвестиций в основной капитал, динамика инвестиций носила неустойчивый характер. Быстрый рост инвестиций в основной капитал, начавшийся в 1998 г., и составивший в 2001 г. – 34,9 % (в сопоставимых ценах), в течение 2002 г. был существенно ниже – 21,1 % относительно 2001 г.

В 2000 г. по сравнению с предыдущим годом инвестиции выросли в сопоставимых ценах на 7,1 %, в 2001 г. – на 34,9 %, в 2002 г. – на 21,1 %, при этом две трети инвестиций в основной капитал по-прежнему направляется в отрасли, оказывающие рыночные и нерыночные услуги (69,7 % в 2002 г. и 63,8 % в 2001 г.) и только третья их часть – в отрасли, производящие товары (30,3 % в 2002 г. и 36,2 % в 2001 г.).

Повышение инвестиционной активности не привело к улучшению технического состояния основных фондов, объемы ввода и коэффициенты обновления в сопоставимых ценах 1990 г. продолжают снижаться. Хотя процесс их снижения за последние два года замедлился, но это ниже уровня 1990 г. в 3 раза (табл. 9).

На долю базовых отраслей экономики области в 2002 г. приходилось 52,2 % стоимости вновь введенных основных фондов, что соответствует уровню предыдущего года.

Объема ввода новых основных фондов явно недостаточно для обеспечения их обновления, о чем свидетельствует соотношение показателей ввода и износа основных фондов (табл. 10).

Стоимость вновь введенных основных фондов области только в 1,1 раза превышает износ основных фондов, начисленный за отчетный год, в том числе по отраслям, производящим товары – в 1,6 раза, а по отраслям, оказывающим услуги, вновь введенные фонды составили 89,7 % от начисленного годового износа фондов.

**9 ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВВОДА ОСНОВНЫХ ФОНДОВ (БЕЗ СКОТА)
(по балансовой стоимости)**

Год	Объем ввода основных фондов			Коэффициент обновления в сопоставимых ценах
	В текущих ценах, млн. р.*	В сопоставимых ценах, %, к		
		предыдущему году	1990 г.	
1990	13,6	–	100	5,8

1995	35057,7	78,6	48,1	2,8
2000	126349	79,2	29,6	1,7
2001	157856	98,7	29,2	1,8

* До 1998 г. млрд. р.

Наихудшее соотношение этих показателей в отраслях «Строительство» и «Транспорт», где введенные основные фонды составляют всего лишь соответственно 60,3 и 39,9 % объема износа, начисленного в течение года предприятиями этих отраслей.

С учетом разницы в ценах, стоимость годового ввода новых основных фондов лишь более или менее компенсируют годовой износ в отраслях, производящих товары, а в отраслях, оказывающих услуги, вновь введенные основные фонды даже не компенсируют сумму начисленного в течение года износа.

Если рассматривать соотношение суммы ввода основных фондов в 2002 г. к общей сумме износа, накопленного к началу 2003 г., то оно составило 5,5 %.

По крупным и средним коммерческим организациям соотношение годового ввода новых основных фондов к их годовому износу составило лишь 91,6 %, к накопленному износу – 3,9 %.

Среди крупных и средних коммерческих организаций самое худшее соотношение показателей ввода и износа основных фондов в 2002 г. наблюдалось в организациях сельского хозяйства (94,8 %), транспорта (81,5 %) и торговли (12,0 %), более благоприятные соотношения сложились в связи, где ввод новых основных фондов в 3,6 раза превысил годовой износ.

О недостаточности средств для обновления основных фондов свидетельствует и наличие несвоевременно ликвидируемых полностью изношенных основных фондов, которые продолжают использоваться при производстве товаров и в сфере услуг. Коэффициент ликвидации основных фондов в 2002 г. составил 1,0 %, против 2,8 % в 1995 г. и в 1990 г., что повлияло на возрастную структуру основных фондов. Так, средний возраст машин и оборудования в промышленности к концу 2002 г. составил 21,5 года против 14,8 лет в 2001 г.

На долю оборудования, приобретенного после 1999 г. приходилось всего лишь 2,2 %, одновременно доля наиболее старого оборудования, прослужившего свыше 22 лет, продолжала увеличиваться и к концу 2002 г. превысила 30,0 % против 10,2 % к концу 2001 г., в том числе приобретенного после 1970 г. – 21,5 %.

Отсутствие возможности своевременной замены основных фондов ведет к продлению сроков использования неэффективных машин и оборудования. Так, по данным выборочного обследования инвестиционной активности промышленных предприятий в 2002 г. основная часть (56,5 %) машин и оборудования приобретены в 1980 – 1989 гг. (их возраст 13 – 22 года). Длительный срок службы машин и оборудования, высокая степень их изношенности приводит к списанию физически изношенного оборудования, на эту причину выбытия указали 81 % руководителей предприятий (в 2001 г. – 75 %).

Выборочные обследования инвестиционной активности промышленных предприятий также показали, что производственный сектор не полностью оснащен основными фондами, производственные мощности на крупных предприятиях требуют реконструкции.

Не в лучшем положении находится аграрный сектор, где стоимость выбывших основных фондов превышает стоимость вновь введенных основных фондов в 1,5 раза. Одной из возможностей пополнения машинно-тракторного парка в сельхозпредприятиях является поставка техники по лизингу, но это не позволяет полностью компенсировать выбытие устаревшей сельскохозяйственной техники.

Из-за значительной стоимости машин и оборудования, большинство фермеров не имеет денежных ресурсов для приобретения и использования современных средств в процессе производства. Так, средняя цена комбайна зерноуборочного в 2002 г. составила 1474 тыс. р. против 1172 тыс. р. в 2001 г., трактора общего назначения 658 тыс. р. и 532 тыс. р. соответственно.

По данным обследования сельхозпредприятий по вопросу паритета цен между сельскохозяйственными и промышленными производителями использование сельхозтехники в сельхозпроизводстве имело тенденцию к снижению по видам сельхозтехники (табл. 11).

Важным элементом ВРП является показатель валового накопления основного капитала, который характеризует инвестиционную деятельность региона.

В последние годы в связи с повышением активности в сфере инвестиций, наступившей после периода спада, темпы роста валового накопления основного капитала были выше, чем темпы роста ВРП.

11 НАЛИЧИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ТЕХНИКИ В СЕЛЬХОЗПРЕДПРИЯТИЯХ (на конец года, штук)

Наименование	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2002 г. в % к	
				2000 г.	2001 г.

Тракторы – всего	11 882	11 211	10 706	90,1	95,5
Жатки	1636	1406	1223	74,8	87,0
Плуги	3539	3215	2991	84,5	93,0
Сеялки	5030	4569	4343	86,3	95,1
Косилки	881	787	746	84,7	94,8
Комбайны: зерноубороч- ные	3422	3151	2981	87,1	94,6
кормоубороч- ные	679	571	509	75,0	89,1

Так, темп роста валового накопления основного капитала (вложение средств в основные фонды в текущем периоде для создания нового дохода в будущем путем использования их в производстве) в текущих ценах в 2002 г. составлял 121,1 %, ВРП – 116,3 %, в 2001 г. это соотношение было 150,1 и 133,4 %, в 2000 г. – 143,7 и 139,3 % соответственно (табл. 12).

Несмотря на то, что темпы роста валового накопления основного капитала в течение последних лет опережали темпы увеличения ВРП, их объемы пока еще недостаточны для обеспечения устойчивого экономического роста. Так, в 2002 г. доля валового накопления основного капитала в ВРП (в текущих ценах) составляла по оценке 11,7, в 2001 г. – 11,2, в 2000 г. – 9,9 %.

Результатом многолетнего инвестиционного кризиса стал значительный износ используемых в производстве машин и оборудования и превышение среднего срока их службы над нормативными.

Потребление основного капитала (уменьшение стоимости основных фондов в отчетном периоде в результате их физического и морального износа и случайных повреждений) в 2002 г. составляло 75,0 % к его накоплению, а в предыдущие годы даже превышало его (в 2001 г. превышение составляло 33,4, в 2000 г. – 9,4 %), что означало «проедание» основного богатства.

Для того, чтобы произошел качественный сдвиг в промышленно-производственной базе, обновление производственного капитала и запуск мощностей на современной технической основе, необходим значительно больший объем инвестиций. На сегодня внутренние возможности предприятий для инвестирования весьма ограничены. Предприятия не располагают собственными ресурсами, достаточными для воспроизводства основных фондов, их финансовое состояние в целом

12 ТЕМПЫ РОСТА И ДОЛЯ ВАЛОВОГО НАКОПЛЕНИЯ ОСНОВНОГО КАПИТАЛА В ВРП (В ТЕКУЩИХ ЦЕНАХ, В %)

Показатель	2000 г.	2001 г.	2002 г.
Темпы роста ВРП	139,3	133,4	116,3
Темпы роста валового накопления основного капитала	143,4	150,1	121,1
Доля валового накопления основного капитала в ВРП	9,9	11,2	11,7
Доля потребления основного капитала в валовом накоплении основного капитала	109,4	133,4	75,1

остается сложным. По итогам за 2002 г. 61,6 % крупных и средних предприятий и 51,8 % малых предприятий получили сальдированный финансовый результат с минусом, т.е. убытки. В объеме инвестиций в основной капитал собственные средства предприятий и организаций в 2002 г. составили 41,6 %, против 51,7 % в предыдущем году и 45,0 % в 1995 г.

Наличие физически и морально устаревших основных фондов, отсутствие финансовых ресурсов для своевременной их замены ведет к невозможности выпуска пользующейся спросом продукции и к неэффективности использования основных фондов.

В.В. Дробышева

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ И ЕЕ РОЛЬ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ

Наступивший XXI в. по мнению мыслителей, политиков, экономистов является веком качества. Отступают в прошлое ориентиры только на научно-технический прогресс, на построение тех или иных моделей индустриального развития. Поиск новых путей экономического развития привел к осознанию, что только качество жизни может в наибольшей степени выражать цели мирового сообщества, так как человечество стоит на пороге перехода в новую цивилизацию – «цивилизацию качества».

Начатый в XX в. процесс ориентации на качество товаров и услуг, а затем на создание систем качества для всех аспектов жизни общества. Жизнеспособность и конкурентоспособность стран на мировом рынке стали проверять по фактору качества.

1990-е гг. XX в. для России оказались периодом формационного сдвига, во многом носящего регрессивный характер. С одной стороны, страна вернулась на путь капиталистического развития, формы которого по сравнению с современным состоянием мировой экономики имеют исторические аналогии в далеком прошлом: Россия вступила в стадию первоначального накопления капитала – в фазу развития, пройденную Европой в XVII – XIX вв., Америкой на рубеже XIX – XX вв., а большинством развивающихся стран – в 1940 – 1960-е гг. С другой стороны, особенности современных мирохозяйственных связей сразу поставили Россию, сильно ослабленную революционными процессами начала 1990-х гг. и экономически, и политически, в положение развивающихся стран. В настоящее время Россия в своем экономическом развитии отстает по многим показателям не только от развитых стран, таких как США, Англия, Япония, но и от стран третьего мира.

Причина в недостаточном внимании к проблемам качества жизни, в том, что в политике российского правительства социальные вопросы не являются основными. Постановлением Правительства РФ № 222 от 26.02.1997 была утверждена Программа социальных реформ в Российской Федерации, где сказано: «На втором этапе (1998 – 2000 гг.), когда начнется экономический рост и появятся предпосылки для реального роста денежных доходов на социальные нужды, будут созданы объективные предпосылки для реального роста денежных доходов населения, искоренения массовой бедности, обеспечения оптимального уровня занятости». В действительности, начиная с 1998 г. уровень и качество жизни россиян понизились.

Новым требованиям цивилизационного развития отвечает категория качества жизни, так как она является интегральной качественной характеристикой жизни людей, раскрывающей по отношению к обществу в целом критерии его жизнедеятельности, условия жизнеобеспечения, а также и условия жизнеспособности общества как целостного социального организма.

На начальных этапах исследования качественной целостности жизни общества понятие «качество жизни» подменялось другими категориями – «образ жизни», «уровень жизни», «стиль жизни». Сегодня только таких характеристик жизни общества уже недостаточно. Возникает потребность в осознании качественной целостности жизни общества, в оценке того, насколько ее состояние отвечает качественным критериям. Для современного человека существенное значение имеет не только определенный уровень благосостояния, но и качественное состояние природной среды обитания, состояние здоровья, наличие свободного времени, духовно ориентированная жизнь. Качество жизни человечества, как и отдельного человека, имеет место в том случае, когда слагаемые жизни и их взаимосвязи достигают определенного качества.

Таким образом, однозначно можно утверждать, что качество жизни является современной парадигмой цивилизационного развития. Это предполагает необходимость выявления взаимосвязей составляющих качества жизни, новых подходов к созданию и использованию методов оценки качества жизни человека.

Качество жизни представляет собой сложную структуру взаимосвязей ее составляющих: качество природной среды, качество здоровья популяции, духовное качество, качество образования и т.п. По мнению независимой комиссии ЮНЕСКО по народонаселению и качеству жизни, это понятие включает и такие элементы как адекватное питание, экологическое жилище, безопасность, самореализация и др.

До сих пор качество жизни пытаются измерять через уровень жизни, через уровень потребления. В этом случае потребление и материальное благополучие рассматриваются как определяющая сторона качества жизни. Известное библейское выражение о том, что человек не хлебом единым жив, подчеркивает ведущее значение в жизни человека духовных ценностей. Качество жизни в первую очередь определяется духовностью, ибо она есть определяющее условие жизни человека и человечества.

Духовность есть глубинное выражение человеческой сущности и основное соединение людей друг с другом. Современный процесс формирования человечества как единого целого происходит на духовной основе. Духовность есть действительная основа саморазвития человечества. Проявляя свои творческие созидательные силы, преобразуя природные и социальные условия своего бытия, человечество тем самым стремится полнее и всесторонне выразить качество жизни. Таким образом, можно сделать вывод о том, что духовность является определяющей основой качества жизни, выражает внутреннюю его целостность, вносит смыслы и ценности в жизнедеятельность. Она существенно расширяет и укрепляет системные взаимосвязи между составляющими качества жизни.

Экономика, политика, техника, считает Б.В. Бойцов, выступают как средство выражения качества жизни, но на определенных этапах истории эти факторы могут иметь определяющее значение, но не в силу их действительной природы, а в силу того, что действительная основа человеческой истории еще не была достаточно развита. Поэтому степень зрелости человечества определяется тем, насколько оно развивается в соответствии со своей действительной основой. Иначе говоря, насколько и как качество жизни становится определяющим фактором развития. Качество бытия включает духовную жизнь, развитость интеллекта, нравственных и эстетических качеств, высокую степень ответственности за результаты жизнедеятельности.

Мы живем в трудное, драматическое время. Для переживаемого сейчас Россией глобального кризиса характерны регрессивные процессы, происходящие во всех сферах общественной системы, в том числе в духовной и социальной. Так, в духовной сфере наблюдается свертывание общественного идеала и нарушение в общественной жизни общих законов мироздания, а в социальной сфере – социальное расслоение, антагонизм и напряженность, падение экономики и экологические бедствия.

Выход из создавшегося положения следует искать в создании совершенной системы управления качеством жизни. Основным фактором возрождения России считают те, кто связывает свои надежды с международными стандартами ИСО серии 9000, является фактор качества. В то же время, в России был достаточно большой опыт использования системного управления качеством. Примером может служить космический комплекс. Возникает вопрос, почему же при наличии сильной отечественной теоретической и методологической школы наша страна до сих пор в своем экономическом развитии находится на уровне стран третьего мира. Одной из причин такого состояния является отчуждение проблем качества от конкретного человека, от условий его существования. Прежде, чем перейти к анализу качества жизни, следует понять, в чем смысл качества.

Качество – сложное, до конца не познанное понятие. Опираясь на опыт промышленно развитых стран, можно сказать, что качество – политическая, экономическая и нравственная категория. Качество продукта, работ, услуг – это прибыль самостоятельной экономической единицы и, следовательно тех, кто создает это качество. Качество здравоохранения и окружающей среды – это здоровье. Качество образования – это высокий совокупный накопленный интеллект трудового потенциала. Все вместе – это высокий уровень душевного комфорта людей, достоинство нации и государства – качество жизни.

Качество надо рассматривать как путь к возрождению национальной гордости. Качество – это настоящее и будущее России. Работая в области качества мы создаем достойный образ жизни для себя и своих потомков, благоприятную среду обитания человека, а в конечном счете обеспечиваем качество жизни. Смысловая оценка качества выявляет полезность качества для каждого конкретного человека и общества в целом.

Таким образом, качество жизни имеет огромный теоретический и методологический потенциал, позволяющий по-новому, с позиций целостности подойти к осмыслению проблем жизни и деятельности человека. Аналогично тому, как категория всеобщего управления качеством признана ведущим стимулом развития промышленности, категория «управление качеством жизни» является основой развития и совершенствования социальной сферы, инструментом эффективной социально-экономической политики, что подтверждается опытом промышленно развитых стран в решении проблем экономического раз-

вития. В течение последней четверти века в развитых странах происходят не только структурные перестройки экономики, но и реформы в социальной сфере, главной задачей которых является борьба с бедностью. Для России в настоящее время бедность населения является главной проблемой.

Сравнивая количественные характеристики по странам и регионам, можно оценить уровень качества жизни для управления им. С 1961 г. ООН проводит оценку и ранжирование стран по ряду показателей, входящих в комплексный показатель, называемый индексом человеческого развития (ИЧР), который включает в себя характеристику уровня благосостояния, оцениваемому по реальному душевому валовому внутреннему продукту, характеристику состояния здоровья, оцениваемую через продолжительность жизни, и характеристику образования, оцениваемую по уровню грамотности, и по доле молодежи, получающей образование во всех видах учебных заведений.

ИЧР рассчитывается ежегодно по всем странам, входящим в ООН. В 2000 г. Россия занимала 71 место по соседству с Эквадором. ИЧР России составил 0,747, а занимающая первое место Канада имеет показатель человеческого развития равный 0,932.

Важным индикатором качества жизни населения является численность населения, которая в нашей стране, начиная с 1990-х гг. имеет отрицательный знак.

С целью стабилизации негативных демографических процессов в стране 24 сентября 2001 г. вышло распоряжение Правительства РФ № 1270-р, об одобрении концепции развития Российской Федерации на период до 2015 г., разработанной на основе Указа Президента Российской Федерации № 24 от 10.01.2000 «О концепции национальной безопасности Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации. 2000. № 2. Ст. 170). В принятом документе отмечается, что Концепция должна служить ориентиром для органов государственной власти, а также для органов местного самоуправления при решении вопросов и аспектов демографического развития, при планировании и осуществлении мероприятий в области управления демографическими процессами.

В концепции отмечено, что целями демографического развития Российской Федерации являются стабилизация численности населения и формирование предпосылок к последующему демографическому росту. Задачами демографического развития Российской Федерации являются: увеличение ожидаемой продолжительности жизни населения; создание условий для самореализации молодежи, в том числе получение общего и профессионального образования; работа с достойной заработной платой и др. Для эффективной профилактической работы необходимы объединение и координация действий органов государственной власти всех уровней.

В России население в большинстве своем живет тяжело, со множеством проблем. Решить их можно путем обеспечения качества жизни, учитывая его (качества) составляющие во взаимосвязи.

В связи с этим, следует отметить приоритетные направления выхода из кризисной ситуации, которые указаны в Постановлении Правительства РФ № 388 от 06.06.2002 «О Программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу»: безусловная необходимость осуществления инвестиций в человека, и прежде всего в образование, которое является непременным условием конкурентоспособности нашей страны в мировой экономике. В этих целях предусмотрено создание для трудоспособного населения экономических условий, позволяющих гражданам за счет собственных доходов обеспечивать более высокий уровень социального потребления, включая лучшее качество услуг в сфере образования, достойный уровень жизни.

К явным недостаткам, мешающим решению проблем качества жизни можно отнести недостаточно отработанное нормативно-правовое пространство в сфере оценивания качества жизни, слабое оценивание целей и направлений развития, слабую экономическую обеспеченность. Для решения каждой задачи нужно разработать отдельную программу с соответствующим финансово-экономическим обеспечением,

а также критерии оценки продвижения этих программ к намеченной цели – обеспечения качества жизни.

Список литературы

- 1 Бойцов Б.В. и др. Философия качества. Качество жизни // Стандарты и качество. 1997. № 8.
- 2 Бойцов Б.В. и др. Качество, принципы, структура и управление. М.: АПК, 1997.
- 3 Васильев А.Л. Стандартизация для всех. М.: ИПК Изд-во стандартов, 2000.

ПРЕОДОЛЕНИЕ БЕДНОСТИ – ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ
КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

Формирование рыночных отношений в России сопровождалось глубоким экономическим кризисом, безработицей и падением жизненного уровня большинства населения страны. Традиционные механизмы социальной защиты, среди которых можно выделить гарантированную минимальную заработную плату, различные пособия в условиях высокой инфляции и отсутствия соответствующей индексации утратили свою социальную роль. Резко усилились процессы экономического расслоения общества, возросло неравенство в распределении доходов между различными группами. Сразу после введения свободных цен, либерализации торговли и рынка труда, значительного сокращения бюджетных расходов на социальные нужды произошло массовое перемещение населения из средних и даже высокодоходных категорий в группы с более низкими доходами. Эти обстоятельства выдвинули на передний план задачу преодоления бедности как одного из приоритетных направлений социально-экономической политики государства.

Возникла особая необходимость усиления вмешательства государства в сферу распределительных отношений, так как увеличение неравенства в распределении доходов на фоне общего снижения уровня жизни населения требует изучения причин этого явления, с тем чтобы процессы социально-экономического расслоения общества не достигли тех критических параметров, как, например, в Колумбии, Бразилии, некоторых других странах Латинской Америки.

По определению П. Таунсенда, к бедным следует относить тех у кого «не хватает ресурсов для приобретения продуктов питания, участия в социальной деятельности и обеспечении себя жизненными условиями, которые широко признаны в обществе, к которому они принадлежат» [2, с. 105].

К факторам бедности в сегодняшней России относят безработицу, невыплаты и задержки выплат заработной платы, пенсий, пособий, высокую «иждивенческую нагрузку» в семьях, многодетность, месторасположение домохозяйств (в сельской местности бедность распространена больше), достижение пенсионного возраста.

Ослабление воздействия «традиционных» факторов бедности – наличие иждивенцев, возраст и место проживания – привело к изменениям в сфере охвата и распределения низких доходов среди различных групп населения, делая ее все более разнородной по своему составу и осложняя возможности выработки адресных мер по ограничению бедности.

В результате перемен в экономике существенным образом изменилась и структура бедных слоев населения, появились «новые бедные», т.е. трудоспособные граждане, которые не в состоянии заработать достаточно, для того чтобы содержать семью. Как считает Н. Римашевская, «новые бедные по своему образованию, профессиональной подготовке, социальному статусу никогда ранее не были и не могли быть бедными» [1, с. 28].

Одним из важнейших инструментов политики регулирования доходов в нашей стране является поддержка социально приемлемого уровня минимальной заработной платы. В зарубежных странах она, как правило, служит базой построения всей иерархической структуры заработной платы. Основная функция минимальной заработной платы – обеспечение защиты наименее оплачиваемых и уязвимых работников. Оптимальным считается, чтобы размер ее не был ниже 35 – 40 % средней оплаты труда. Крайне низкий уровень минимума оказал существенное воздействие на степень неравенства в распределении доходов. Новый Трудовой кодекс, принятый в конце 2001 г. Государственной Думой, предусматривает равенство минимальной оплаты труда величине прожиточного минимума. Несомненно, это значительный шаг вперед.

Важной мерой перераспределения доходов является уменьшение неравенства путем прогрессивного налогообложения доходов. Нынешняя политика взимания налога на доходы физических лиц, решая задачу вывода доходов отдельных граждан из тени, практически не выполняет одной из главных функций системы сбора налогов – изменения характера распределения доходов в обществе. Сейчас, когда со всех доходных групп населения взимается одинаковый в процентном отношении налог на доходы физических лиц, т.е. доходы всех групп населения уменьшаются в одной пропорции, налоговая политика не оказывает прямого воздействия на перераспределение доходов и сокращение социального расслоения в обществе. Поэтому для снижения неоправданно высоких различий в уровне доходов и увеличения на-

логовых поступлений, которые можно направить на решение социальных проблем, целесообразно ввести прогрессию в налогообложении доходов богатых и сверхбогатых членов общества.

Среди мер государственного регулирования необходимо уделять внимание рынку рабочей силы. При социалистическом хозяйствовании система переподготовки и повышения квалификации безработных, поиска рабочих мест была совершенно не развита. Доступ неимущих к образованию и профессиональной подготовке – одна из важных мер сокращения неравенства. Для самих трудящихся более высокая квалификация означает более высокую оплату их труда. Кроме того, образование и переквалификация – привлекательные направления для иностранных инвестиций.

Опыт ряда высокоразвитых в экономическом отношении стран показывает, что для обеспечения устойчивого роста производства и соблюдения принципа социальной справедливости требуются не только основательная подготовка инициативных и высокопрофессиональных предпринимателей, но и более высокий уровень обучения и профессионального мастерства рабочих, инженеров и всех специалистов, обеспечивающих высокую производительность труда, освоение новейших технологий. Так, в Японии теперь усилены требования к высшему образованию всех работников предприятий.

Особенность современной социально-демографической ситуации подсказывает настоятельность широкого введения системы частного пенсионного страхования, что позволит повысить средний уровень доходов пенсионеров, не вызывая резкого увеличения бюджетных расходов. В противном случае для поддержания пенсионных выплат хотя бы на прежнем уровне государство вынуждено будет значительно поднимать взносы работающих и работодателей в Пенсионный фонд, так как число пенсионеров ежегодно увеличивается и при этом растет удельный вес пенсионеров, имеющих право на максимальный размер пенсий. Развитие частного пенсионного обеспечения является верным шагом еще и потому, что даст возможность увеличить уровень внутренних сбережений и инвестиций, необходимых для экономического развития страны.

Кроме перечисленных мер правительствами разных стран для перераспределения доходов наиболее часто используются следующие регуляторы: социальные трансферты, регулирование цен на социально-значимую продукцию, индексация фиксированных доходов и трансфертных платежей при определенном уровне инфляции. Все это способствует сглаживанию неравномерности в распределении доходов.

Кардинальных изменений в социальной сфере можно ожидать, если социальные приоритеты будут составлять основу экономической политики – бюджетной, налоговой, инвестиционной. Улучшение благосостояния тесно связано с темпами экономического развития страны. Успешнее решаются экономические и социальные проблемы в тех странах, где на основе овладения новейшими технологиями в промышленности и сельском хозяйстве, а также усиления роли науки обеспечиваются более устойчивый рост производства и качество жизни населения. Нужна взаимосвязанная система научных прогнозов и программ, обеспечивающих разработку системы стратегического социально-экономического планирования на макроуровне и в регионах при активном участии Академии наук, а также научных центров общероссийского и регионального значения.

Действующая Конституция России предусматривает ряд направлений по усилению социальной направленности рыночной экономики, а также закреплению функций по увеличению добычи и использованию важнейших природных ресурсов за государством, учитывая необходимость их рационального распределения и более эффективного использования.

Список литературы

- 1 Римащевская Н.М. Население России и социальная трансформация: Взгляд в XXI век // Власть. 1997. № 12. С. 24 – 31.
- 2 Подгузов А.А. Измерение бедности (зарубежный опыт) // Проблемы прогнозирования. 1996. № 4. С. 100 – 108.
- 3 Кузнецова Е. Процессы дифференциации доходов населения и их государственное регулирование // Экономист. 2002. № 4. С. 46 – 53.
- 4 Бачурин А. Экономическая и социальная политика государства по улучшению условий жизни // Экономист. 2003. № 8. С. 23 – 27.
- 5 Жеребин В.М. Уровень жизни населения. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 592 с.

Анализ ситуации на потребительском рынке
услуг Тамбовской области в 2002 году

Одной из важнейших закономерностей развития экономики во всем мире является взаимосвязь экономического роста и повышения роли услуг в национальной экономике. Сфера услуг является составной частью народнохозяйственного комплекса, участвует в общей системе экономических отношений, принимает непосредственное участие в создании благ (изготовление предметов по индивидуальным заказам, восстановление потребительских свойств и т.п.), что увеличивает валовой национальный доход страны.

По мере развития общества, роста производительных сил происходит определенное развитие сферы услуг: наблюдается увеличение занятости в этой сфере, рост технической оснащенности труда, внедрение все более совершенных технологий. На сегодняшний день этот сектор экономики, представленный совокупностью самостоятельно хозяйствующих субъектов различной формы собственности и предлагающий

широкий спектр услуг, призван повысить степень комфортности проживания населения, увеличить долю свободного времени и, следовательно, создать возможности для всестороннего гармоничного развития личности.

В условиях становления многоукладной экономики и развития рыночных отношений в стране происходят существенные изменения в сфере услуг. Значительно возросли объемы услуг, специфически присущих рыночной экономике: аудиторские, рекламные, консалтинговые, лизинговые, информационно-компьютерные и другие услуги, потребителями которых выступают, главным образом, предпринимательские структуры. Рынок услуг для населения дополнился риэлторскими, оценочными услугами, услугами игорных заведений.

Развитие рынка платных услуг в послеприватизационный период не является стабильным и характеризуется рядом тенденций.

Значительным колебаниям в рассматриваемый период подвергается удельный вес расходов населения на оплату услуг в потребительских расходах. Если для начального этапа переходного периода (1991

– 1993 гг.) было характерно снижение в потребительских расходах доли расходов населения на оплату услуг с 10,2 в 1991 г. до 7,4 % в 1993 г. (что явилось следствием падения спроса на услуги из-за либерализации цен), то начиная с 1994 г. этот показатель начинает увеличиваться с 9,9 % в 1994 г. до 17,4 % в 1997 г.

Однако, финансовая нестабильность и вызванный ею рост цен, в последующие месяцы 1998 г. (годовой уровень инфляции составил 169,9 %) привели к переориентации покупательского спроса населения на товары. В результате доля расходов на оплату услуг в потребительских расходах стала снижаться и в целом за 1998 г. она составила 16,5 %, в 1999 г. она еще уменьшилась до 14,0 %. С 2000 г. наблюдается стабильное увеличение доли расходов населения на оплату услуг в потребительских расходах с 15,3 до 19,8 % в 2002 г. (рис. 1).

Уровень потребления населением платных услуг находится в прямой зависимости от материальной обеспеченности семей.

По данным обследования бюджетов домашних хозяйств, расходы на оплату услуг у 10 % населения с наименьшим уровнем располагаемых ресурсов составили в 2002 г. 68,0 р. в месяц на члена домохозяйства, в то же время как у 10 % населения с наибольшим уровнем располагаемых ресурсов – 406,9 р. в месяц. Доля расходов на оплату услуг в потребительских расходах у наиболее обеспеченных увеличилась до 12,8 против 10,7 % в 2001 г. (т.е. на 2,1 %), а у наименее обеспеченных – до 15,7 % против 11,1 % в 2001 г. (на 4,6 %).

Семьи с разным уровнем материального достатка в 2002 г. имели и разную видовую структуру расходов на оплату услуг. В низкодоходных семьях (первая группа) около 61 % всех расходов на услуги составляют жилищно-коммунальные платежи, около 13 % – транспортные расходы, около 7 % – оплата услуг связи. То есть в бюджете малообеспеченной семьи набор потребляемых услуг примерно на 81 % представлен услугами, «обязательными к оплате» (в 2001 г. – 92 %).

У высокодоходных слоев населения (десятая группа) доля расходов на оплату перечисленных видов услуг составляет около 61 % (в 2001 г. – 66 %). Зато удельный вес затрат на услуги образования значительно выше и составляет 8,1 против 0,9 % у малообеспеченных (в 2001 г. – 12,0 и 0,4 %), на бытовые услуги, соответственно – 7,2 и 3,3 % (в 2001 г. – 11,7 и 1,3 %) (рис. 2).

Существенно различается уровень потребления платных услуг городским и сельским населением. В 2002 г. по данным обследования бюджетов домашних хозяйств, денежные расходы на оплату услуг в среднем на члена домохозяйства в месяц в городской местности составили около 214 р., в сельской местности около 166 р. Такая степень разрыва наблюдается по всем видам услуг (рис. 3).

В 2002 г. объем платных услуг во всех секторах реализации составил 5054,9 млн. р., что в сопоставимых ценах на 2,7 % больше, чем в 2001 г. В целом по Российской Федерации индекс физического объема составил 100,4 %.

Динамику объема платных услуг можно наблюдать из табл. 1.

Анализ динамики реализации платных услуг показывает, что в 1995 г. произошло некоторое замедление спада объемов услуг в сопоставимых ценах по отношению к предыдущему году, а с 1997 г. наметилась тенденция роста темпов объемов услуг. В 2002 г. темп роста к предыдущему году составил 102,7 %. Однако по отношению к 1992 г. объем платных услуг составил пока одну треть (30,6 %), к 1990 г.

12,7 % (рис. 4).

Наибольший рост рассматриваемого показателя в 2002 г. по сравнению с 2001 г. наблюдался по таким услугам как туристские (в 2,2 раза), правового характера (139,4 %), ветеринарные (133,7 %), связи (116,8 %).

По жилищным, коммунальным услугам и услугам культуры низкий уровень по отношению к предыдущему году (соответственно 98,9, 96,8 и 63,4 %) сложился из-за влияния высоких индексов цен (соответственно 142,1, 148,2 и 175,3 %).

Происходящие в макроструктуре платных услуг изменения связаны, главным образом, с дальнейшей либерализацией этой сферы, сопровождающейся переходом бесплатных услуг в платные, постепенным отказом от практики дотирования отдельных видов.

Самыми крупными блоками в структуре услуг, по-прежнему, являются жилищно-коммунальные (25,7 %), бытовые (21,8 %), транспортные услуги (17,5 %) и услуги связи (14,2 %).

Такая ситуация негативно характеризует положение на рынке платных услуг с точки зрения эффективности. Наименее обеспеченные слои населения зачастую не имеют возможности удовлетворить первоочередные потребности в отдельных социально-значимых видах услуг (отдых, туристские поездки, часть бытовых услуг), вынуждены и в дальнейшем сокращать свои расходы в этой части и отказываться от ряда тех услуг, которыми пользовались традиционно.

В общем объеме платных услуг населению 31,5 % занимают услуги, оказанные организациями государственной формы собственности, 43,7 % – частной, 24,8 % – других негосударственных форм собственности.

Малый бизнес преобладает в секторах экономики, ориентирующихся преимущественно на локальные и региональные рынки, поэтому он составляет основу рыночной инфраструктуры сферы услуг. Малое предпринимательство отличается способностью гибко и своевременно реагировать на изменение конъюнктуры рынка, способствует оживлению конкуренции и содействует решению проблемы занятости.

В последние годы структура объема платных услуг населению по каналам реализации практически стабилизировалась, и на сегодня порядка 37 % ее приходится на субъекты малого предпринимательства, из которых около 34 % – это объемы, оказанные физическими лицами и некорпоративными предприятиями, занимающимися предпринимательством на индивидуальной основе.

Удельный вес неформального сектора, включающего в себя досчеты на неотчитывающиеся в органы статистики предприятия, сокрытие и занижение данных отчитавшихся предприятий и объем платных услуг, оказанных физическими лицами и некорпоративными предприятиями, составил в общем объеме платных услуг области более 42 %.

Предприятиями и организациями реализовано платных услуг в 2002 г. на 3718,1 млн. р. (73,6 % от общего объема), что в физической массе на 5,5 % больше, чем в 2001 г. Доля физических лиц сильно колеблется в объемах производства различных видов услуг.

Доля Тамбовской области в объеме платных услуг в целом по Российской Федерации составила 0,5 %, а по Центральному Федеральному округу, куда входят 18 областей – чуть более 1 %.

Среди регионов Центрально-Черноземного района Тамбовская область по потреблению платных и бытовых услуг находится на втором месте, уступая Воронежской области, и первое место по потреблению бытовых услуг. Но, тем не менее жители нашей области недополучили платных услуг в сравнении со средним россиянином более, чем на 46 %, с бытовыми услугами дело обстоит лучше – на 1 % больше, чем в среднем по России.

По потреблению платных услуг на душу населения по Центральному Федеральному округу Тамбовская область находится на восьмом месте.

В силу специфики платных услуг динамика потребления их населением в натуральном выражении находится под влиянием ценового фактора, так как удорожание услуг ведет к снижению спроса на них и наоборот.

За период 1992 – 2002 гг. цены и тарифы на платные услуги росли опережающими темпами по сравнению с денежными доходами и потреблением платных услуг.

По сравнению с 2001 г. доходы населения увеличились в действующих ценах на 27,6 %, при этом цены на платные услуги увеличились на 28,0 %, а объем платных услуг на 31,5 % (в фактических ценах) (рис. 5).

В целом за 1992 – 2002 гг. из наблюдаемых групп платных услуг в большей степени подорожали услуги, жизненно необходимые для населения: коммунальные услуги (в 16 785,5 раза), жилищные (в 5971,6 раза), пассажирского транспорта (в 4374,4 раза), связи (в 3827,7 раза). В 2002 г. опережающими темпами увеличивались цены и тарифы на услуги культуры, медицинские, жилищно-коммунальные, бытовые, санаторно-оздоровительные услуги.

Региональная структура предоставленных населению платных услуг характеризуется в рассматриваемом периоде сохранением ранее сложившихся приоритетов. На долю городов в 2002 г. приходилось почти 72 % объема платных услуг (на уровне 2001 г.), при этом удельный вес городского населения областного подчинения составил 49 % от общей численности населения.

В шести городах областного подчинения в 2002 г. наблюдался рост объемов платных услуг во всех каналах реализации в ценах 2001 г. При общем приросте в целом по области 2,7 % в областном центре он составил 2,8 %, городах Уварово – 10,2 %, Котовске – 5,0 %, Моршанске – 3,6 %, Мичуринске – 3,2 %, Кирсанове – 1,2 %. В г. Рассказово не достигнут уровень прошлого года по объему платных услуг на 4,1 %.

В расчете на одного жителя объем платных услуг в областном центре составил 7806,5 р. (в среднем по области – 4106,3 р.), что соответствует первому месту среди городов области. В г. Кирсанове, как и в областном центре, платные услуги представлены наиболее широко. Каждому жителю в среднем в 2002 г. было оказано услуг на сумму – 5140,5 р., по этому показателю г. Кирсанов занимает второе место среди городов области. Последнее, седьмое место по обеспечению жителей платными услугами на душу населения занимает г. Рассказово (3854,6 р.).

Увеличение объемов платных услуг произошло в 15 районах области. Среди районов области первое место по объему платных услуг на душу населения занял Уваровский район (3089,0 р.), последнее – 23 место, как и в прошлом году, занял Моршанский район (1519,2 р.), предпоследнее 22 место – Бондарский район (1536,6 р.).

Приведенные статистические данные свидетельствуют о том, что в 1990-х гг. сфера услуг, как и экономика страны в целом, находилась в кризисном состоянии, обусловленном трудностями переходного периода. Результатом явилось свертывание инфраструктуры организованного (т.е. представленного организациями) сектора рынка услуг, сокращение потребления населением платных услуг, усиление дифференциации жителей области по уровню и набору потребляемых услуг в зависимости от материального достатка семьи. В последние годы преобладающую долю в потребительских расходах на оплату услуг, особенно в малообеспеченных семьях заняли жилищно-коммунальные платежи. В практику вошло понятие «услуги для богатых» (новые виды услуг связи, услуги в области платного образования и здравоохранения, физкультуры и спорта, рекреации, развлечений и досуга, риэлторские услуги, информационно-компьютерное обслуживание, ремонт автотехники, жилья и т.п.), которые в ряде случаев просто не доступны для низкодоходных слоев населения. В отраслях социальной сферы бесплатные формы обслуживания все больше сменяются платными.

Вместе с тем за годы рыночных преобразований в сфере услуг возникла конкурентная среда, ей стало свойственно многообразие форм хозяйствования, активную роль взял на себя частный индивидуальный бизнес, наиболее мобильный вид предпринимательства. После значительного падения в последние пять лет прослеживается тенденция роста объемов реализации платных услуг населению в натуральном выражении, расширился спектр освоенных рынком видов обслуживания, что является предвестником постепенного выхода сферы услуг из кризиса.

Дальнейшее развитие сферы услуг будет зависеть от общей экономической ситуации в стране и мер государственной поддержки и стимулирования этого важнейшего сектора экономики.

И. А. Бруцкая

**НЕОБХОДИМОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАЧЕСТВА КАК
ФАКТОРА МОДЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА**

Экономическая теория является одной из самых древних наук. Она всегда притягивала особое внимание ученых, студентов, экономистов и простых обывателей. Это объясняется тем, что изучение экономической теории – реальная необходимость познания мотивов, поведения, действий людей в процессе хозяйственной деятельности, выявление законов и закономерностей хозяйствования во все времена – от Аристотеля, Платона, Ксенофонта до сегодняшних дней [1].

Становление экономической теории как самостоятельной области знания ученые часто связывают с выходом в 1776 г. работе Адама Смита «Богатство народов» [3]. Структурно современная экономическая теория делится на два раздела – микроэкономику и макроэкономику. По классическому определению, микроэкономика изучает поведение отдельных экономических агентов: индивидуумов, домохозяйств, предприятий, владельцев первичных производственных ресурсов. Основное внимание в микроэкономике уделяется таким понятиям как цена, объемы производства и потребления, конкретных благ, состояние отдельных рынков, а также рациональное распределение ресурсов.

Особое место в микроэкономике занимают проблемы потребительского спроса и поведения потребителей. Одной из самых актуальных тем в данном разделе, в последнее время, является выявление факторов непосредственно влияющих на изменение спроса и соответственно на потребительское поведение. Одними из основателей теории потребительского спроса, как известно, являются американские экономисты. Проблема спроса и предложения нашла свое отражение в работе А. Маршалла «Принципы политической экономии» [2]. Дальнейшее развитие «теория потребительского спроса» получила у экономистов других развитых стран, так как была востребована жизнью: ее интерпретировали, дополняли, видоизменяли и опровергали.

Одними из последних авторов «новых теорий потребительского спроса и поведения» являются Джон Ричард Хикс и Келвин Джон Ланкастер.

Теперь обратимся к теории Альфреда Маршалла. Понятие кривой спроса как функциональной зависимости между количеством и ценой отдельного товара объясняется в «Принципах экономики» неоднократно и подробно: словами в основном тексте, кривыми на плоскости в сносках, а также посредством символов в Математическом Приложении. Нигде, однако, не дается явно полное определение кривой спроса, включающее, в частности, утверждение относительно тех переменных, которые должны рассматриваться как неизменные во всех точках кривой, и тех переменных, которые могут изменяться. Как показывает практика, на потребительский спрос оказывает влияние множество факторов, таких как цена товара или услуги; количество предлагаемых товаров и услуг, а так же число продавцов производящих аналогичную или взаимозаменяемую продукцию; доход потребителя; социологические факторы; вкусы и предпочтения потребителя; психологические факторы; наличие товаров заменителей и конечно же, качество товаров или услуг.

В общем виде функция спроса может быть представлена следующим образом:

$$Q_i^D = Q_i^D(T; P_1, \dots, P_k; I; \dots),$$

где Q_i^D – объем спроса на i -й товар; T – вкусы и предпочтения; P_1, \dots, P_k – цены всех товаров, включая i -й; I – денежный доход

Классически же, математическое выражение функции спроса принято считать как: $Q_{DI} = f(P_I)$.

Целесообразно включить в число факторов, влияющих на потребительский спрос, качество. В последнее время, такое понятие как «качество» занимает все большую роль как в общественной, так и экономической жизни. XXI в. объявлен многими международными организациями, в частности, Европейской организацией по качеству, веком качества. Качество, по существу, стало показателем высокой эффективности труда в обществе, источником национального богатства и, что особенно важно, фактором выхода из социального и экономического кризисов.

Мировой опыт показывает, что научно-технический прогресс во многих развитых странах был определен прорывом именно в качестве. Во-первых, оно создает аппарат самонастраивания рыночных процессов на запросы и изменения в обществе, что повышает стабильность, сбалансированность и гибкость реагирования экономики. Во-вторых, дает блестящую систему самонаведения на выполнение потребностей покупателей, так как в рыночной экономике побеждает тот, кто производит покупаемые, а не лишние товары.

Качество можно измерить количественно, рассчитав по определенной методике. Соответственно, количественную цифровую величину можно ввести в классическую формулу спроса:

$$Q_i^D = Q_i^D(T; P_1, \dots, P_k; I; S, \dots),$$

где S – качество товара и услуги.

$$Q_{DI} = f(P_I; S_i).$$

Очевидная четкая зависимость между ценой, объемом и качеством товара или услуги. Включение в число факторов качества способствует получению более точных результатов об изменении спроса, как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Неоспоримо, что цена товара зависит от его качества. Понятие «качество» многогранно, оно предполагает рассмотрение как физических признаков товара, так и сопутствующих или психологических признаков присущих данной категории товара. К физиологическим признакам относятся: вес, форма, химические свойства, механическая прочность, дизайн, сопутствующие услуги, простота использования и т.д. К психологическим признакам относятся: комфортность, эстетичность, гуманность и другие психологические категории.

Кроме того, необходимо помнить о том, что качество является индивидуальной, субъективной характеристикой товара или услуги присущей конкретному потребителю, который, определяя параметр качества исходит из своих потребностей, вкусов и предпочтений. Одной из главных задач современной экономики является разработка оптимальной математической модели, позволяющей точно количественно

измерить параметр качества товаров или услуг для конкретного потребителя.

Таким образом, качество товаров и услуг, в современных условиях хозяйствования выступает одним из главных параметров удовлетворения потребителя. Включение в число факторов, формирующих модель потребительского спроса, качества, будет способствовать адресному предложению товаров и услуг.

Список источников

1. Меньшиков С.М. Вехи экономической мысли. М.: Финансы и статистика, 1998. 258 с.
2. Маршалл А. Принципы политической экономии. М.: ЮНИТИ, 1989. 456 с.
3. Смит А. Богатство народов. М: ТЕЗАРИУС, 1992. 452 с.

В.Н. Дякин

ОПТИМИЗАЦИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ

В современных условиях некоторого роста экономики России и появления возможности достаточно точного прогнозирования ее развития на средне- и долгосрочную перспективу вновь возникает вопрос о планировании деятельности ее составляющих, в частности, промышленных предприятий. Однако следует учесть тот факт, что в настоящее время коммерческие предприятия должны для поддержания своего существования рассчитывать, как правило, только на себя. Поэтому ключевым и определяющим фактором, влияющим на состояние предприятия, является его прибыльность, т.е. способность возвращать вложенные в него средства, как государственные, так и, в первую очередь, частные. При этом на прибыльность предприятия оказывают влияние как внутренние факторы (ресурсная база), так и внешние (динамика спроса на продукцию предприятия, стоимость инвестиций).

Ключевым и основополагающим для развития производственного предприятия является формирование обоснованного и оптимального по достижению целей предприятия плана производства и реализации (сбыта) продукции. В нем находит отражение разнообразная внутренняя и внешняя по отношению к объекту управления (предприятию) информация.

В условиях рыночных отношений для предприятия требуется долгосрочная целевая программа быстрого реагирования, связанная с конъюнктурой рынка и конкуренцией, возможностями изменений характеристик выпускаемой продукции в соответствии со спросом. Долгосрочное планирование деятельности предприятия можно представить как формирование портфеля инвестиционных проектов и его корректировку (актуализацию) при осуществлении запланированного бизнес-плана

всего предприятия. Портфель состоит из определенного набора отдельных инвестиционных проектов, предусматривающих производство и сбыт определенного набора продуктов, взаимосвязанных с точки зрения технологии их производства. Возникает задача определения набора инвестиционных проектов, которые в сумме дадут конкретному предприятию результат, оптимальный с точки зрения выбранных критериев.

Цель стратегического управления заключается в обеспечении предприятию длительного пребывания на рынке. Предпосылкой этому служат стабильные конкурентные преимущества. Вопрос в том, как добиться и сохранить их. Множество разных (или по-разному представляемых) теоретических подходов к интерпретации экономической реальности все еще не отвечает потребностям практики в управленческом инструментарии [1, с. 80].

Предлагаемый для стратегического менеджмента инструментарий рассчитан преимущественно на сложившиеся рыночные структуры и действующие рынки с высокими темпами роста и небольшими рисками. Отсюда вытекает опасность чрезмерно оптимистичной оценки возможности развития конкурентных позиций предприятия. Эту опасность можно существенно снизить благодаря интеграции рыночного и ресурсного подходов. Принятие во внимание не только продукта, но и генерирующих его ресурсов позволяет менеджеру обрести более детальное знание реализуемой стратегии. Концепция, в которой сопоставляются ресурсы, обеспечивающие конкурентные преимущества (и тем самым производимые продукты), и хозяйственные поля (рынки) предприятия, представляет собой ресурсно-рыночный портфель [1, с. 82 – 83]. Благодаря интеграции рыночного и ресурсного подходов можно обосновать стратегический план развития предприятия с учетом большего количества факторов, влияющих на эффективность его функционирования.

Методики, разработанные для оценки эффективности инвестиционных проектов [2], позволяют лишь оценить эффективность того или иного варианта проекта. Они не предоставляют математических моделей, осуществляющих поиск наиболее прибыльного, оптимального варианта инвестиционного проекта. Исследования показывают [3, с. 27], что существенного увеличения эффекта можно достигнуть за счет оптимизации структуры вложений и продукции, маневра ресурсами, оптимального реинвестирования прибыли. В частности, для решения задачи управления комплексом промышленных предприятий (инвестиционных проектов) может использоваться модифицированная задача линейного программирования о распределении ресурсов. При этом накладываются ограничения на капитальные вложения, на запасы сырьевых и трудовых ресурсов [3, с. 28]. Общий горизонт планирования разбивается на отдельные интервалы времени (как правило, на годы). За критерий оптимальности следует принимать общую чистую дисконтированную прибыль за весь горизонт планирования [4, с. 88].

В качестве основного критерия эффективности следует использовать чистый приведенный эффект (чистый дисконтированный доход), отвечающий всем основным принципам эффективности [2].

Вообще, производственная структура предприятия на уровне текущего планирования достаточно инерционна, если использовать только краткосрочные организационно-технологические мероприятия. Значительные изменения, если они целесообразны, а значит, и более полная адаптация к нестандартным условиям рынка достигаются за счет реализации долгосрочных мероприятий, которые дополняются текущими. Выбор этих мероприятий относится к стратегическому управлению. Поэтому степень адаптации производственной структуры к рынку во многом определяется стратегией, а текущий инвестиционный процесс обеспечивает более точную настройку производственной структуры, чем принятая ранее в условиях неопределенности [5, с. 81 – 82].

Методики классической экономической теории [6, 7] применяются для отдельных продуктов в отрыве от всего технологического комплекса предприятия. Данный момент является очень важным для средних и крупных предприятий, имеющих в своем распоряжении разнообразные технологические цепочки. Ряд продуктов может иметь сходные технологии производства, реализованные или планируемые к реализации на конкретном предприятии. Поэтому возникает задача управления, связанная с выбором из альтернативных вариантов производства наиболее оптимальных не только самих по себе, но и в совокупности с остальным портфелем продукции всего предприятия с учетом имеющихся ресурсов.

Таким образом, единого подхода, отвечающего, в достаточной степени, современным требованиям практики управления производственным предприятием среди существующих методик нет. Двумя основными направлениями, решающими в той или иной мере рассматриваемую задачу, являются линейное и динамическое программирование. Наиболее применимым является инструментарий линейного программирования в целом, и задачи о распределении ресурсов предприятия в частности. Данный инст-

рументарий используется в подавляющем числе работ, так или иначе связанных с тематикой указанной проблемы. Задачу о распределении ресурсов, решаемую методами линейного программирования, нужно вновь переосмыслить с позиции долгосрочности планирования, возвратности вложенных средств на увеличение ресурсной базы предприятия, а также объединения ресурсного и рыночного подходов к стратегическому менеджменту.

При этом необходимо учесть внутренние возможности предприятия на начало горизонта планирования, требования внешней среды – рынков сбыта выпускаемой продукции и капитальные вложения при расширении производства. Все это следует рассматривать на долгосрочной перспективе, разбивая горизонт планирования на отдельные интервалы времени.

Математическую модель задачи, учитывающую все вышесказанное, можно представить в следующем виде.

Целевая функция общей дисконтированной прибыли предприятия:

$$Q = \sum_{t=1}^T \left[d_t \sum_{i=1}^n p_{it} x_{it} - d_{t-1} I(b_{t-1}, b_t) \right] \rightarrow \max, \quad (1)$$

где t – номер интервала времени; T – число интервалов времени, на которые разбит горизонт планирования; d_t – коэффициент дисконтирования для t -го интервала времени; Q – общая прибыль предприятия за T ; n – число планируемых к выпуску продуктов; p_{it} – прибыль от единицы i -го продукта за t -й интервал времени; x_{it} – объем продаж i -го продукта за t -й интервал времени; b_t – запас ресурсов предприятия на t -м интервале времени; $I(b_{t-1}, b_t)$ – величина инвестиций на увеличение запасов ресурсов предприятия от b_{t-1} до b_t .

При этом $Q \geq 0$, т.е. накладывается условие, что предприятие неубыточно.

Система ограничений для t -го интервала времени имеет следующий вид:

$$\begin{cases} \sum_{i=1}^n a_{ij} x_{it} \leq b_{jt}, & j = 1, 2, \dots, m, \\ x_{it}^{\max} \geq x_{it} \geq 0, & i = 1, 2, \dots, n, \end{cases} \quad (2)$$

где a_{ij} – расход j -го ресурса на производство единицы i -го продукта; m – число ресурсов, необходимых для производства n продуктов; x_{it}^{\max} – максимальный объем продаж i -го продукта за t -й интервал времени; b_{jt}^{\max} – максимально допустимый расход j -го ресурса, определяемый исходя из условия выполнения максимальной производственной программы (x_t^{\max}); при этом b_{jt} лежит в пределах $b_{jt}^{\max} \geq b_{jt} \geq b_{jt-1}$.

В дополнение к (1) – (2) накладываются следующие условия, связанные со значением прибыли от единицы выпускаемой продукции на t -м интервале времени:

$$\begin{cases} p_{it}^{\min} \leq p_{it} \leq p_{it}^{\max}, & i = 1, \dots, n, \\ x_{it}^{\max} = f_{it}(p_{it}), \end{cases} \quad (3)$$

где p_{it}^{\min} – минимальное значение прибыли от единицы i -го продукта на t -м интервале времени; p_{it}^{\max} – максимальное значение прибыли от единицы i -го продукта на t -м интервале времени; $f_{it}(p_{it})$ – значение функции спроса на i -й продукт на t -м интервале времени, определяемое исходя из прибыли от единицы i -го продукта на t -м интервале времени.

Здесь следует отметить, что вообще функция спроса есть зависимость объема продаж от цены, но для упрощения в математической модели была взята величина прибыли, которая определяется как разность цены и себестоимости (минус налоговые выплаты и прочие затраты). Таким образом, можно отметить, что существует некоторая функция $f(p)$, характеризующая зависимость объема продаж от величины прибыли от единицы продукции при данном объеме продаж.

Величина $I(b_{t-1}, b_t)$ определяется по следующей формуле:

$$I(b_{t-1}, b_t) = \begin{cases} \sum_{j=1}^m [(b_{jt} - b_{jt-1}) \Delta I_{jt}^+], & \forall j \ni b_{jt} > b_{jt-1}, \\ 0, & \forall j \ni b_{jt} = b_{jt-1}, \\ -\sum_{j=1}^m [(b_{jt} - b_{jt-1}) \Delta I_{jt}^-], & \forall j \ni b_{jt} < b_{jt-1}, \end{cases} \quad (4)$$

где ΔI_{jt}^+ – величина инвестиций, необходимая для увеличения запаса j -го ресурса в t -й интервал времени на единицу; ΔI_{jt}^- – ликвидационная стоимость «лишнего» ресурса, получаемая предприятием при уменьшении запаса j -го ресурса в t -й интервал времени на единицу.

Таким образом, требуется максимизировать общую прибыль предприятия, определить оптимальные цены на выпускаемую продукцию, объемы продаж, изменения запасов ресурсов предприятия и связанные с этим дополнительные инвестиции или доходы от их реализации.

В задаче (1) – (4) параметры a_{ij} и b_{jt} для трудозатрат и затрат машин, оборудования определяются на основе технологического регламента производства продукции и продолжительности интервала t . Единицей измерения для них служат норма-ч. При этом значения ΔI_{jt}^+ , т.е. стоимость одного норма-ч, можно получить, исходя из стоимости привлечения единицы конкретного ресурса в течение одного часа с учетом срока полезного использования для оборудования или величины оплаты труда производственного персонала. Однако сырье и материалы измеряются в натуральном выражении (кг, шт. и т.п.).

Задача (1) – (2) в упрощенном варианте является задачей линейного программирования и методы ее решения хорошо изучены и реализованы как в виде алгоритмов, так и программ. Однако, вследствие нестандартности математической модели и дополнений (3) – (4), необходимо найти другие пути поиска решений поставленной задачи, нежели алгоритмы линейного программирования. В данной работе предлагается использовать методы прямого поиска. Их привлекательность для решения поставленной задачи заключается в отсутствии необходимости вычислять производные функции, что требуется в градиентных методах. Это становится важным в связи с линейностью целевой функции. В тоже время, размерность задачи может быть достаточно велика. Поэтому следует выбирать методы с наименьшим числом вычислений на каждой итерации.

Метод Нелдера – Мида [8] достаточно прост (с точки зрения количества вычислений значений целевой функции) и применим в условиях отсутствия ограничений типа $g_i(x) \leq b_i$ при $i = 1, 2, \dots, m$. Его будет удобно использовать для определения оптимальных значений прибыли от единицы продукции в диапазоне $p^{\min} \leq p \leq p^{\max}$ и запасов ресурсов в диапазоне $b^{\min} \leq b \leq b^{\max}$. В случае выхода переменных за границы диапазона, целевой функции будет присваиваться заведомо «плохое» значение (метод «штрафных функций»).

Метод Бокса [8] является развитием метода Нелдера – Мида для решения задач оптимизации с ограничениями типа $g_i(x) \leq b_i$ при $i = 1, 2, \dots, m$. Его целесообразно применять для решения задачи поиска оптимального значения объемов продаж в диапазоне $x^{\min} \leq x \leq x^{\max}$ при ограничениях (2). Фактически, данный метод будет применяться для решения задачи линейного программирования с модифицированной целевой функцией, учитывающей инвестиции. Данный метод легко программируем и, как правило, позволяет гарантированно отыскать глобальный экстремум при различных начальных точках поиска.

Алгоритм действий при решении задачи (1) – (4) следующий.

1 Формируются следующие исходные данные: диапазоны изменения прибыли от единицы продукции $p^{\min} \leq p \leq p^{\max}$ для всех интервалов времени; начальный запас ресурсов предприятия b_0 ; функции спроса на продукцию $x^{\max} = f(p)$ для всех интервалов времени; система технологических ограничений (2); функция инвестиций $I(b_t - 1, b_t)$; ΔI^+ , ΔI^- – величины инвестиций на увеличение и доходов от ликвидации ресурсов предприятия на единицу.

2 С использованием первой версии метода Нелдера – Мида производится поиск оптимального варианта запасов ресурсов b_t для всех $t = 1, 2, \dots, T$ по всему составу ресурсов (размерность поискового метода равна mT , где m – общее число ресурсов).

3 С использованием второй версии метода Нелдера – Мида для выбранных b_t производится поиск оптимальных значений прибыли от единицы продукции p_t для всех интервалов времени $t = 1, 2, \dots, T$.

4 Соответствующий значению p_t максимальный объем продаж x_t^{\max} определяется, исходя из функции спроса на продукцию. При этом

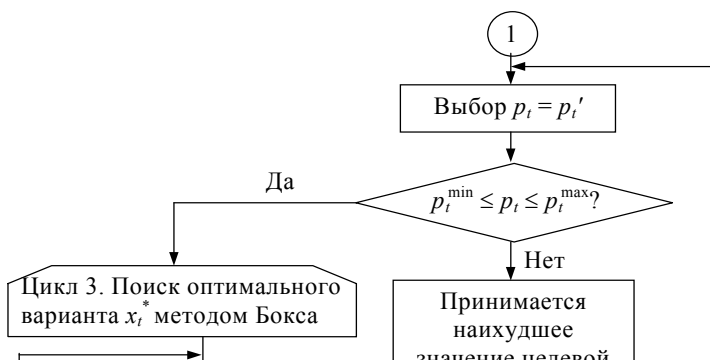


Рис. 1 Алгоритм поиска оптимального решения для нескольких интервалов времени

верхняя граница варьирования запасами ресурсов b_i^{\max} остается неизменной и равной b_i – варианту, выбранному первой версией метода Нелдера – Мида.

5 Для выбранных вариантов p_i и b_i происходит поиск оптимального решения (объемов продаж x_i) с использованием метода Бокса. Величина чистой дисконтированной прибыли для отдельного интервала определяется как разность суммы прибылей от всех продуктов и инвестиций, связанных с увеличением ресурсной базы предприятия, умноженная на соответствующий коэффициент дисконтирования.

6 Общая чистая дисконтированная прибыль определяется суммированием чистых дисконтированных прибылей за отдельные интервалы времени.

На рис. 1 приведена блок-схема алгоритма решения задачи оптимизации для нескольких интервалов времени. Выстраивается иерархия двух версий (вариантов) методов Нелдера – Мида и одной метода Бокса.

Решим конкретный пример задачи (1) – (4) с использованием предложенного алгоритма.

Пусть для первого продукта функция спроса имеет следующий вид: $x_1^{\max} = -1,4p_1 + 50$, а для второго продукта: $x_2^{\max} = -1,6p_2 + 70$. Диапазон изменения прибыли от единицы 1-го продукта: $p_1 = (5 \dots 30)$, 2-го продукта: $p_2 = (10 \dots 40)$. Начальный запас ресурсов $b_0 = (4000, 7000, 4000)$. Примем, что доходы от возможной продажи ресурсов равны расходам, связанным с их ликвидацией. Рассмотрим два варианта инвестиций на увеличения запаса ресурсов на 100 единиц: $\Delta I_1 = (5; 3; 6)$ и $\Delta I_2 = (1; 0,6; 1,2)$.

На рис. 2 представлена диаграмма изменения значения общей прибыли в зависимости от прибыли p для двух вариантов ΔI^+ .

Для первого варианта ΔI_1 при увеличении параметров p общая прибыль Q строго возрастает до $Q = 746$ при $p = (28,2; 32,9)$. Затем происходит резкое падение Q до значения 480 при $x_1 = 8, x_2 = 6$. Оно со-

ответствует максимальным объемам продаж $x_1^{\max} = 8$, $x_2^{\max} = 6$, определяемым функциями спроса. При этом начальный запас ресурсов не расходуется полностью: $b_{11} = 2900$, $b_{12} = 4300$, $b_{11} = 2000$.

К данному значению $Q = 480$ сходятся решения и для второго варианта ΔI_2 . Однако для данного варианта целевая функция Q при росте p имеет точку максимума при $p = (19; 24,2)$. Затем происходит плавное снижение до $Q = 844$ при $p = (28,2; 32,9)$. После этого оптимальное решение соответствует значению $Q = 480$.

Возникновение точки максимума для второго варианта ΔI_2 объясняется тем, что при увеличении p (прибыли от единицы продукции), максимальная прибыль, получаемая от всего объема продаж, соответствует вариантам при наибольших объемах продаж при данной норме прибыли p . Иными словами, становится выгодным производить как можно больше продукции, невзирая на необходимость дополнительных инвестиций в увеличение запасов ресурсов, связанных с ростом объемов производства. Дополнительные инвестиции компенсируются высоким значением прибыли от единицы продукции и значительными объемами продаж. Однако, при $p > (19; 24,2)$ максимальных объемов продаж при данных

нормах прибыли уже недостаточно для компенсации дополнительных инвестиций, несмотря на продолжение роста p . То есть, в полной мере происходит отражение влияния функции спроса на поставленную задачу.

Таким образом, с использованием поискового метода Бокса были найдены следующие оптимальные варианты.

Для $\Delta I = (5, 3, 6)$:

- $Q = 746,042$;
- $p_1 = 28,18587, p_2 = 32,87359$;
- $x_1 = 7,57; x_2 = 17,4$;
- $b_{11} = 4503,194; b_{12} = 7000,582; b_{13} = 4237,502$;
- $I(b_0, b_1) = 39,4$.

Для $\Delta I = (1; 0,6; 1,2)$:

- $Q = 1003,218$;
- $p_1 = 19,00228; p_2 = 24,21198$;
- $x_1 = 23,4; x_2 = 30$;
- $b_{11} = 10\,348,62; b_{12} = 15\,688,12; b_{13} = 8339,451$;
- $I(b_0, b_1) = 168$.

Представленная в статье задача является продолжением наработок в области задач об оптимальном распределении ресурсов, планировании производства и максимизации прибыли. В ней учтены требования, выдвигаемые рыночной экономикой. Производится одновременный учет таких факторов, влияющих на общую прибыль предприятия, как:

- 1) спрос на продукцию;
- 2) обеспеченность предприятия ресурсами;
- 3) структура выпускаемой продукции;
- 4) возвратность средств, вложенных в расширение производства.

• **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОИСКОВЫХ МЕТОДОВ НЕЛИНЕЙНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ ПОЗВОЛЯЕТ НАЙТИ ТАКОЕ СОЧЕТАНИЕ УКАЗАННЫХ ПАРАМЕТРОВ, ПРИ КОТОРОМ ОБЩАЯ ДИСКОНТИРОВАННАЯ ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ БУДЕТ МАКСИМАЛЬНОЙ. ПРИ ЭТОМ, ПОЯВЛЯЕТСЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ОЦЕНИТЬ ЭФФЕКТ ОТ РАСШИРЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА И ЕГО ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ.**

Список литературы

- 1 Осадник В. Значение интеграции рыночного и ресурсного подходов для стратегического управления предприятием // Проблемы теории и практики управления. 2001. № 4. С. 80 – 86.
- 2 Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов: (Вторая редакция). М.: ОАО НПО «Изд-во "Экономика"», 2000.
- 3 Татевосян Г.М. Обоснование экономической эффективности капитальных вложений с использованием методов оптимизации // Экономика и математические методы. 1997. № 1. С. 26 – 38.
- 4 Седова С.В. Модель оптимизации инвестиционных проектов и алгоритм ее численного анализа // Экономика и математические методы. 1999. № 1. С. 87 – 93.
- 5 Плещинский А.С. Оптимизация инвестиционных проектов предприятия в условиях рыночной экономики // Экономика и математические методы. 1995. № 2. С. 81 – 90.
- 6 Экономическая теория: Учебник / Под ред. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. М.: ИНФРА-М, 2003. 714 с.
- 7 Кузин Б.И., Юрьев В.Н., Шахдинаров Г.М. Методы и модели управления фирмой. СПб.: Питер, 2001. 432 с.
- 8 Банди Б. Методы оптимизации. Вводный курс: Пер. с англ. М.: «Радио и связь», 1988. 128 с.

М.А. Колесник

**Особенности построения российской модели
налогообложения**

В ходе продолжающейся налоговой реформы остается насущным вопрос о налоговом бремени в российской экономике. Этот вопрос, как правило, разделяется на две части: во-первых, налоговое бремя в России по-прежнему велико, и, во-вторых, это самое налоговое бремя необходимо снижать.

При оценке налогового бремени, в том числе представителями властных структур, используются определенные показатели, на основе которых поясняются текущие, а также предлагаются дальнейшие шаги налоговой политики. В большинстве случаев речь идет о таком показателе, как доля фактических налоговых доходов консолидированного бюджета в ВВП страны.

В рамках данной статьи проиллюстрируем достоинства и недостатки подобного подхода, а также рассмотрим другие варианты оценки налогового бремени.

1 Фактическое налоговое бремя в России за период с 1996 по 2002 гг.

Годы	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Показатель, %	28,56	31,24	27,19	27,44	29,76	32,61	31,61

Итак, для начала необходимо проанализировать динамику вышеуказанного показателя фактического налогового бремени за последние годы (табл. 1).

Фактическое (номинальное) налоговое бремя представляет собой отношение годовой суммы поступлений налогов, сборов и некоторых других обязательных платежей к ВВП (под другими обязательными платежами в данном случае понимаются таможенные пошлины и страховые взносы по единому социальному налогу, которые в официальной статистике не отражаются в составе налоговых доходов).

Из табл. 1 видно, что номинальное налоговое бремя с 1996 по 2002 гг. находилось в пределах от 27,2 до 32,6 %. Разброс в 5 % представляется довольно значительным и требует дополнительного изучения.

При этом нельзя не обратить внимания на направления, в которых происходили изменения: с 1996 по 1997 гг. наблюдается рост, затем последовал резкий спад показателя налогового бремени, и, вновь, с 1998 по 2001 гг. – рост.

Очевидно, что только к 2002 г. некоторое снижение «наблюдаемого» налогового бремени было связано с проводимыми преобразованиями (изменение подхода к исчислению налога на прибыль).

В остальное время динамика практически не коррелирует с мероприятиями по реформированию налоговой системы.

Следует обратить внимание, что локальный максимум показателя фактического налогового бремени 1997 г. пришелся на оживление в экономике после затяжного спада.

Затем последовал экономический кризис 1998 г., сопровождавшийся тяжелой ситуацией с платежеспособностью предприятий и, как следствие, ростом задолженности перед бюджетом. В результате, в 1998 – 1999 гг. поступления налогов по отношению к ВВП заметно снизились.

Последовавший с 1999 г. подъем в экономике характеризовался ростом налоговой нагрузки.

На первый взгляд, получается, что в «благополучные» для экономики периоды бремя налогов было выше, чем в кризисные, что звучит довольно абсурдно. Более того, на основе статистических данных можно наблюдать прямую связь между экономическим подъемом и ростом налоговой нагрузки.

Однако, по мнению автора, взаимосвязь в данном случае состоит в том, что ситуация в экономике оказывала непосредственное влияние на отношения предприятий с государством, что, в свою очередь, отражалось на размере налогового бремени.

Указанное влияние обусловлено двумя взаимосвязанными факторами:

1) способность предприятия платить налоги обусловлена его экономическими показателями, и, следовательно, она выше именно в периоды экономического роста;

2) уклонение от уплаты налогов сильнее проявляется в кризисные периоды.

Подчеркнем, что наблюдаемая динамика фактического налогового бремени реально не отражает проводимые преобразования в налоговой системе.

Основной вывод из данных рассуждений состоит в том, что показатель фактического (номинального) налогового бремени не может быть использован при характеристике реальной налоговой нагрузки

на экономику, поскольку он учитывает способность предприятия к уплате налогов, а также уклонение от налогов.

Следовательно, для анализа налогообложения необходимо оперировать, в первую очередь, неким показателем потенциально возможного (реального) налогового бремени.

Очевидно, такой показатель не может быть получен из статистических данных.

Теоретически он представляет собой отношение к ВВП суммы произведений номинальных налоговых ставок на соответствующие им налоговые базы.

Учитывая, что фактическое налоговое бремя представляют в виде доли от ВВП, разумно применить данный подход за основу при определении потенциального налогового бремени.

Суммы, поступающие по всем налогам, необходимо выражать через одинаковую налоговую базу. В качестве такой налоговой базы может выступить добавленная стоимость. В таком случае все частные модели налогов будут объединены в одну общую модель.

Следует обратить внимание, что в рамках такой модели будут объединены налоги, устанавливаемые для разных категорий налогоплательщиков: физических лиц и организаций, что удобно для аналитической работы.

Итак, при построении модели совокупного налогообложения используется подход, в соответствии с которым налоговое бремя рассматривается интегрально по отношению к предприятию, его наемным работникам и собственникам. Подобный подход, при котором рассматривается отношение суммы всех потенциально уплачиваемых налогов к добавленной стоимости, позволяет как выводить модели налогообложения на уровне предприятия или отрасли, так и переходить на макроуровень.

Построим модели основных налогов, т.е. частные модели, выражающие зависимость между налоговой базой, ставкой и суммой налога. Для этого потребуется ряд коэффициентов, характеризующих долю того или иного элемента в добавленной стоимости (AV).

Основные обозначения в моделях:

AV – добавленная стоимость;

TR с индексом обозначения соответствующего налога – сумма этого налога;

r с индексом обозначения соответствующего налога – ставка этого налога.

1 Налог на добавленную стоимость (НДС)

$$TR_{\text{НДС}} = \frac{r_{\text{НДС}}}{1 + r_{\text{НДС}}} AV .$$

Добавленная стоимость включает в себя сумму налога, поэтому используется указанная формула (по законодательству НДС определяется от «чистой» добавленной стоимости, за вычетом самого налога).

2 Единый социальный налог (ЕСН) (для простоты используем максимальную ставку налога)

$$TR_{\text{ЕСН}} = \frac{r_{\text{ЕСН}}}{1 + r_{\text{ЕСН}}} v_{\text{от}} AV ,$$

где $v_{\text{от}}$ – доля расходов на оплату труда (включая ЕСН) в добавленной стоимости.

3 Подоходный налог (ПН), или налог на доходы физических лиц

$$TR_{\text{ПН}} = r_{\text{ПН}} \left(1 - \frac{r_{\text{ЕСН}}}{1 + r_{\text{ЕСН}}}\right) v_{\text{от}} AV = \frac{r_{\text{ПН}}}{1 + r_{\text{ЕСН}}} v_{\text{от}} AV .$$

Несмотря на то, что бремя подоходного налога ложится не на предприятие, а на наемного работника, мы рассматриваем, как отмечалось ранее, этот налог в составе общей модели. Дополнительным соображением здесь является то, что предприятия, устанавливая работнику уровень его заработка, зачастую исходят из величины чистого дохода, т.е. после налогообложения. Поэтому бремя налога косвенно ложится и на предприятие.

4 Налог на имущество (НИ):

$$TR_{\text{НИ}} = r_{\text{НИ}} v_{\text{и}} AV ,$$

где $v_{\text{и}}$ – соотношение облагаемой налогом стоимости имущества и добавленной стоимости.

$$TR_{НП} = r_{НП} \left(1 - \frac{r_{НДС}}{1 + r_{НДС}} - r_{НИ} v_{И} - v_{ОТ} - v_{А} - v_{Пр} \right) AV,$$

где $v_{А}$ – доля амортизационных отчислений в добавленной стоимости; $v_{Пр}$ – доля прочих расходов в добавленной стоимости.

6 Налог на доходы в виде дивидендов (НД) (по действующему законодательству установлен в рамках налога на прибыль):

$$TR_{НД} = r_{НД} v_{Д} AV,$$

где $v_{Д}$ – доля выплачиваемых дивидендов в добавленной стоимости.

Суммируя, получим модель, характеризующую уровень налогообложения добавленной стоимости, или модель реального (потенциального) налогового бремени (также будем использовать термин «совокупная ставка налогообложения»):

$$r_{AV} = \frac{r_{НДС}}{1 + r_{НДС}} + \frac{r_{НсП}}{1 + r_{НсП}} + \frac{r_{ЕсН}}{1 + r_{ЕсН}} v_{ОТ} + \frac{r_{ПН}}{1 + r_{ЕсН}} v_{ОТ} + r_{НИ} v_{И} + \\ + r_{НП} \left(1 - \frac{r_{НДС}}{1 + r_{НДС}} - \frac{r_{НсП}}{1 + r_{НсП}} - r_{НИ} v_{И} - v_{ОТ} - v_{А} - v_{Пр} \right) + r_{НД} v_{Д},$$

где r_{AV} – совокупная ставка налогообложения.

Соответственно, общая сумма собираемых налогов (TR) будет задана следующим соотношением:

$$TR = r_{AV} AV.$$

Мы получили модель, выражающую зависимость между налоговыми поступлениями, ставками налогов и рядом показателей, характеризующих структуру добавленной стоимости (ВВП). К указанным показателям относятся следующие соотношения (к добавленной стоимости): расходов на оплату труда, стоимости облагаемого имущества, амортизационных отчислений, прочих расходов, суммы выплачиваемых дивидендов.

Показатели структуры добавленной стоимости необходимо выразить через показатели структуры затрат: материальных расходов ($c_{МЗ}$), расходов на оплату труда ($c_{ОТ}$), на амортизацию ($c_{А}$) и прочих расходов ($c_{Пр}$) в общей сумме затрат. Для этого необходимо ввести показатель рентабельности (R), равный отношению валовой прибыли к валовой выручке (без НДС).

После некоторых преобразований модель налогового бремени примет вид:

$$r_{AV} = \frac{r_{НДС}}{1 + r_{НДС}} + \frac{r_{ЕсН} + r_{ПН}}{1 + r_{ЕсН}} c_{ОТ} \frac{1 - \frac{r_{НДС}}{1 + r_{НДС}}}{\frac{1}{1 - R} - c_{МЗ}} + r_{НИ} v_{И} + \\ + r_{НП} \left[\left(1 - \frac{r_{НДС}}{1 + r_{НДС}} \right) \left(1 - \frac{c_{ОТ} + c_{А} + c_{Пр}}{\frac{1}{1 - R} - c_{МЗ}} \right) - r_{НИ} v_{И} \right] + r_{НД} v_{Д}.$$

Приведенная модель может быть использована для характеристики налогового бремени какого-либо сектора экономики с приблизительно одинаковыми показателями структуры затрат и налоговыми ставками.

На макроуровне соответствующие исследования необходимо проводить на базе интегральной модели, сочетающей в себе модели налогообложения различных секторов.

Сравнение размера совокупной ставки налогообложения, получаемой из модели, с показателем доли налоговых поступлений в ВВП позволит говорить о том, насколько экономика страны «справляется» с существующим налогообложением и как интенсивно используется уклонение от уплаты налогов.

Далее исследуем влияние коэффициента рентабельности и коэффициентов структуры затрат на величину совокупной ставки налогообложения.

Для этого рассмотрим три типа производства: трудоемкое, материалоемкое и фондоемкое – для каждого из которых характерна своя структура затрат (табл. 2).

2 Структура затрат применительно к различным типам производства

Тип производства	Доля соответствующего вида затрат в общей сумме затрат			
	Материальные затраты	Затраты на оплату труда	Амортизация	Прочие затраты
Трудоемкое	0,2	0,7	0,05	0,05
Материалоемкое	0,7	0,2	0,05	0,05
Фондоемкое	0,3	0,15	0,5	0,05

Сделаем допущение, что увеличение в структуре затрат доли затрат на амортизацию прямо пропорционально влияет на соотношение налогооблагаемого имущества и добавленной стоимости. Предположим, что для трудоемкого и материалоемкого производств этот показатель принимает значение 2, а для фондоемкого – значение 3 (справочно: в 2002 г. отношение стоимости основных фондов и материальных оборотных средств к ВВП составило 2,2).

Ставки налогов (по законодательству 2004 г.): НДС – 18 %; ЕСН – 35,6 %; НДСФЛ – 13 %; НП – 24 %; НИ – 2,5 %. Положим, что ставка НДС равна нулю.

Соответственно, для вышеназванных типов производства будут характерны следующие значения совокупной ставки налогообложения (табл. 3).

Приведенные данные позволяют сделать ряд выводов относительно действующей системы налогообложения.

Во-первых, если сравнивать полученные значения с порогом А. Лаффера, т.е. теоретическим уровнем налогообложения, когда производство становится невыгодным, то за указанным порогом (примерно 40 % добавленной стоимости) находятся трудоемкие производства, а материалоемкие приближены к нему.

Однако следует отметить, что показатели налогового бремени значительно снизились по сравнению с существовавшими несколько лет назад.

Так, если допустить, что ставки налогов составляют величины: НДС – 30 % (грубо подразумеваем под НДС налог с продаж, а также налоги с выручки), ЕСН – 38 %, НП – 35 % (не учитываем льготы), – получим, что при рентабельности от 0 до 50 % налоговое бремя будет в следующих пределах: для трудоемкого производства – от 53 до 52 %; для материалоемкого – от 47 до 51 %; для фондоемкого – от 37 до 46 %.

В такой ситуации для всех типов производства практически при любых значениях рентабельности реальное налоговое бремя превышало порог Лаффера.

3 Зависимость налогового бремени от типа производства

Типы производства	<i>Налоговое бремя при значениях рентабельности, %</i>					
	0	10	20	30	40	50
Трудоемкое	46,8	44,9	44,1	43,5	42,8	42,2
Материалоемкое	40,5	39,3	39,3	39,4	39,4	39,4
Фондоемкое	29,3	29,4	31,1	32,7	34,2	35,6

Во-вторых, в зависимости от преобладания материальных расходов или расходов на оплату труда в общей сумме затрат налоговая система может быть как прогрессивной (фондоемкое производство), так и регрессивной (трудоемкое производство) либо пропорциональной (материалоемкое производство), т.е. независимой от уровня рентабельности производства.

В-третьих, нельзя не отметить, что наиболее сильному налоговому давлению подвержены трудоемкие производства, затем – материалоемкие и, наконец, значительно меньшему – фондоемкие.

Это означает, что, с одной стороны, налоговая система стимулирует увеличение доли материальных затрат в расходах предприятий, что не может являться позитивным рычагом, стимулирующим экономическое развитие и, в частности, повышение конкурентоспособности отечественной продукции за счет снижения материалоемкости.

В то же время, с другой стороны, система налогообложения не поощряет увеличение расходов на оплату труда, что явно идет вразрез с провозглашенными принципами налоговой реформы.

Рассмотрим, насколько чувствительна совокупная налоговая ставка к изменению ставок отдельных налогов.

Будем использовать значения налоговых ставок по законодательству 2004 г. (см. выше), а также коэффициенты структуры затрат и рентабельности, фактически сложившиеся в целом по России, по статистическим данным за 2001 г. (материальные затраты – 0,58; оплата труда – 0,2; амортизация – 0,06; прочие – 0,16; рентабельность – 0,14; соотношение налогооблагаемого имущества и ВВП – 2,4).

1 Изменение совокупной ставки налогообложения за счет изменения ставки НДС описывается следующим выражением, которое несложно проверить, проделав некоторые преобразования

$$\begin{aligned} \Delta r_{AV}(\Delta r_{\text{НДС}}) &= r_{AV}(r_{\text{НДС}} + \Delta r_{\text{НДС}}) - r_{AV}(r_{\text{НДС}}) = \\ &= \left(\frac{r_{\text{НДС}} + \Delta r_{\text{НДС}}}{1 + r_{\text{НДС}} + \Delta r_{\text{НДС}}} - \frac{r_{\text{НДС}}}{1 + r_{\text{НДС}}} \right) \times \\ &\times \left(1 - \frac{r_{\text{ЕЧН}} + r_{\text{ПН}}}{1 + r_{\text{ЕЧН}}} \frac{c_{\text{ОТ}}}{\frac{1}{1-R} - c_{\text{МЗ}}} - r_{\text{НП}} \left(1 - \frac{c_{\text{ОТ}} + c_{\text{А}} + c_{\text{Пр}}}{\frac{1}{1-R} - c_{\text{МЗ}}} \right) \right). \end{aligned}$$

Таким образом, изменение уровня налогового бремени за счет изменения ставки НДС зависит не только от самой величины $\Delta r_{\text{НДС}}$, но и от размеров существующих ставок налогов: на добавленную стоимость, единого социального, подоходного и налога на прибыль, – а также от структуры затрат и рентабельности.

С помощью полученного выражения определим, что увеличение ставки НДС на 1 % приведет к увеличению общего уровня налогообложения на 0,6 %.

Проведенные преобразования основаны на простейших выкладках и не учитывают некоторых особенностей.

В ходе исследования косвенно было принято, что предприниматель не может манипулировать ценами на свою продукцию и таким образом увеличивать выручку от реализации. Отсюда следовало, например, что косвенные налоги, НДС и налог с продаж, рассматриваются как элемент добавленной стоимости, созданной предприятием и изъятой государством.

Однако из вышеприведенной формулы следует, что при изменении ставки НДС структура выручки меняется за счет изменения величины самой выручки.

Если придерживаться предположения о неизменности выручки, то изменение совокупной ставки налогообложения будет иным.

2 Аналогично определим формулу, характеризующую изменение совокупной ставки налогообложения за счет изменения ставки единого социального налога,

$$\Delta r_{AV}(\Delta r_{\text{ЕЧН}}) = \left(\frac{r_{\text{ЕЧН}} + \Delta r_{\text{ЕЧН}} + r_{\text{ПН}}}{1 + r_{\text{ЕЧН}} + \Delta r_{\text{ЕЧН}}} - \frac{r_{\text{ЕЧН}} + r_{\text{ПН}}}{1 + r_{\text{ЕЧН}}} \right) c_{\text{ОТ}} \frac{1 - \frac{r_{\text{НДС}}}{1 + r_{\text{НДС}}}}{\frac{1}{1-R} - c_{\text{МЗ}}}.$$

Изменение уровня налогообложения зависит от первоначального значения ставки единого социального налога, а также от значений подоходного налога, НДС и налога с продаж, доли материальных затрат и затрат на оплату труда в структуре затрат и рентабельности.

Соответственно, нетрудно убедиться, что увеличение ставки ЕСН на 1 % приведет к увеличению совокупной ставки на 0,14 %.

Приведенная формула предполагает, что c_{OT} , доля затрат на оплату труда (включающая сумму единого социального налога) в общей сумме затрат, является константой. То есть изменение ставки ЕСН может привести только к изменению непосредственно расходов на оплату труда (связь обратная) и не влияет на общую величину затрат.

Реально же, указанные изменения могут привести к изменению прибыли, а, следовательно, и рентабельности при неизменной величине расходов на оплату труда. Так, снижение ставки ЕСН будет означать снижение суммарных расходов на оплату труда (при том, что выплаты работникам останутся на неизменном уровне), что повысит рентабельность (так как не всегда разумно в такой ситуации снижать цены), а значит повлияет на общий уровень налогообложения.

Может существовать и другая взаимосвязь. Распространено мнение, согласно которому снижение уровня налогообложения фонда оплаты труда должно приводить к увеличению этого фонда в абсолютном выражении (за счет вывода соответствующих потоков из «тени»).

Очевидно, такая тенденция будет иметь место при значительных колебаниях ставки налога, когда выгода от легальной деятельности будет значительной.

Дополнительно следует заметить, что в краткосрочной перспективе усиление налогообложения приведет скорее к снижению рентабельности, чем к снижению суммы вознаграждений работникам.

3 Изменение совокупной ставки налогообложения за счет изменения ставки подоходного налога

$$\Delta r_{AV}(\Delta r_{ПН}) = \frac{\Delta r_{ПН}}{1 + r_{ЕСН}} c_{OT} \frac{1 - \frac{r_{НДС}}{1 + r_{НДС}}}{\frac{1}{1 - R} - c_{МЗ}}$$

В данном случае увеличение ставки налога на 1 % приведет к увеличению совокупной ставки на 0,21 %.

4 Изменение совокупной ставки налогообложения за счет изменения ставки налога на прибыль

$$\Delta r_{AV}(\Delta r_{НП}) = \Delta r_{НП} \left(\left(1 - \frac{r_{НДС}}{1 + r_{НДС}} \right) \left(1 - \frac{c_{OT} + c_A + c_{Пр}}{\frac{1}{1 - R} - c_{МЗ}} \right) - r_{НИ} v_{И} \right)$$

Увеличение ставки налога на прибыль на 1 % приведет к увеличению совокупной ставки на 0,19 %.

5 Изменение совокупной ставки налогообложения за счет изменения ставки налога на имущество

$$\Delta r_{AV}(\Delta r_{НИ}) = \Delta r_{НИ} v_{И} (1 - r_{НП})$$

Увеличение ставки налога на имущество на 1 % приведет к увеличению совокупной ставки налогообложения на 1,8 %.

Итак, вышеприведенные выкладки свидетельствуют о том, что для фискальных целей целесообразно увеличивать ставку налога на имущество – именно ее увеличение приведет к наибольшей отдаче в доходах бюджета.

Однако следует иметь в виду, что из всех налогов налогу на имущество в меньшей степени присущи фискальные черты. Он служит, в первую очередь, регулятором экономики, выполняя так называемую санирующую функцию. Поэтому увеличение ставки этого налога может негативным образом сказаться на экономике.

Исходя из изложенного, в качестве указанного фискального налога, увеличение ставки которого на 1 % приводит к наибольшему росту поступлений, выступает НДС. Так, снижение ставки НДС с 20 до 18 %, которое было проделано к 2004 г., приводит, согласно модели, к снижению налогового бремени на 1,1 %.

6 Рассмотрим также, каково влияние изменения рентабельности на уровень совокупного налогообложения

$$\Delta r_{AV}(\Delta R) = \left(\frac{1}{\frac{1}{1-R-\Delta R} - c_{МЗ}} - \frac{1}{\frac{1}{1-R} - c_{МЗ}} \right) \times \left(c_{ОТ} \frac{r_{ЕЧ} + r_{ПН}}{(1+r_{ЕЧ})(1+r_{НДС})} - r_{НП} \frac{c_{ОТ} + c_A + c_{ПР}}{1+r_{НДС}} \right).$$

Увеличение ставки налога на имущество на 1 % приведет к увеличению совокупной ставки налогообложения на 0,1 %.

Таким образом, при заданных исходных значениях развитие экономики (рост рентабельности предприятий) приводит к увеличению налогового бремени, темпы роста которого уменьшаются. Соответственно, в этом заключается одно из объяснений тенденции, которая наблюдается в табл. 1.

Следует заметить, что при структуре затрат, характерной для трудоемкого производства, увеличение рентабельности сопровождается снижением налоговой нагрузки, что подтверждает ранее сделанные выводы.

Необходимо помнить, что вышеизложенные выводы сделаны на основе модели реального налогового бремени применительно ко всей экономике в целом. Поэтому полученные цифры являются весьма приблизительными и отражают общую тенденцию, что и требуется в рамках данной статьи.

Более точные результаты будут получены, если использовать модель налогового бремени не для экономики с усредненными показателями, а для ряда ее секторов. Это позволит учесть существующие различия в налогообложении (размеры ставок, порядок исчисления), а также различия в типах производства.

К.Н. Савин

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ РЕЗЕРВЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) является важнейшей сферой социальной структуры общества. Качество ее функционирования на базе равноправного существования в данной сфере всех форм собственности позволяет создать поле качества экономических отношений собственников услуг ЖКХ и создать сетевую среду для реализации принципов социально-ориентированной рыночной экономики.

ЖКХ в хозяйстве России занимает особое место в силу ряда объективных и субъективных причин:

1) ЖКХ должно обеспечить реализацию национально-государственных интересов потребителей, направленных на получение качественных услуг и соответствующего качественного уровня их жизнедеятельности;

2) наличие дискретной инерционной командно-административной и управленческой структуры ЖКХ, функционирующей изолированно от пространственно-временных координат качества развития ЖКХ и препятствующей формированию совпадений потребителей в качестве услуг ЖКХ с национально-государственными интересами, направленными на повышение качественного уровня благосостояния потребителей;

3) формирование процессов повышения качества услуг ЖКХ осуществляется на фоне центробежных (негативных) тенденций, не учитывающих объективные законы и закономерности развития ЖКХ;

4) снижение качества рабочей силы в системе ЖКХ вследствие низкой профессиональной квалификации, что существенно снижает мотивационные возможности заработной платы и потребительский спрос населения за счет оплаты дополнительных затрат ЖКХ, сдерживает экономический рост, усиливает социальную напряженность в обществе;

5) отсутствие институтов социального партнерства ЖКХ и целенаправленного влияния государства и регионов, обеспечивающих интегрально качественный уровень и динамику реформирования и развития ЖКХ;

6) современное ЖКХ не обеспечивает свою социально-экономическую эффективность. Противоречия между существующей системой ЖКХ и требованиями рыночной экономики отображаются также в

том, что у предприятий ЖКХ отсутствует экономическая заинтересованность в повышении качества услуг в соответствии с запросами потребителей в отношении объема, режима потребления получаемых услуг. Неподготовленность предприятий ЖКХ в работе в системе рыночных отношений объясняется также тем, что в настоящий момент их экономические интересы не требуют повышения качества функционирования на всех уровнях управления, что особо наглядно проявляется в существовании в их деятельности до сих пор затратных (в основном транзакционных) тенденций.

Данные инерционные процессы препятствуют качеству развития ЖКХ по формированию поля качества непрерывной сетевой сферы жизнеобеспечения индивидуума и экономических отношений в нем. Современное развитие ЖКХ прошло несколько стадий от экстенсивного до интенсивного, качественно-го развития ЖКХ. Настоящий период, в котором развитие осуществляется в направлении повышения качества оказываемых услуг, начался с принятием Концепции реформирования ЖКХ на 2001 – 2010 гг. Сегодня перед ЖКХ стоит задача совершенствования технологии оказания услуг, обеспечения их качества и повышения качества и эффективности деятельности с целью получения конкурентного преимущества. Вопросы повышения качества услуг ЖКХ, поиск резервов, возможности контроля рассматриваются на государственном уровне, на уровне профессиональных объединений. Контроль за качеством услуг ЖКХ становится общественно значимым, причем проведение международных конференций по реализации стратегии TQM (Total Quality Management – Глобальный Менеджмент Качества) на базе открытых международных стандартов качества товаров, продукции и услуг ИСО 9000 и ИСО 14000 дает представление о том, что в данный момент задача поиска резервов повышения качества услуг ЖКХ является актуальной для зарубежных организаций и отечественного ЖКХ.

Обеспечение конкурентоспособности услуг ЖКХ на рынках достигается повышением уровня качества услуг и качества функционирования ЖКХ за счет институциональных резервов, приводящих к снижению транзакционных затрат и формированию и наполнению вектора качества развития ЖКХ в соответствии с парадигмой качества.

Недостаточность научной проработки этих проблем определяет актуальность и значимость их исследования.

НА РАЗЛИЧНЫХ УРОВНЯХ НАУЧНОЙ АБСТРАКЦИИ ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА УСЛУГ ЖКХ ИССЛЕДОВАЛИСЬ ПО ОПРЕДЕЛЕННЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ.

Рассмотрение факторов, определяющих качество экономических объектов, их взаимосвязи с реальными экономическими процессами нашли отражение еще в работах Аристотеля, Е. Бем-Баверка, Л. Вальраса, Гегеля, У. Джевонсона, Д. Локка, К. Маркса, К. Менгера, В. Парето, П. Самуэльсона, Ф. Эджуорта.

При разработке проблем качества продукции, имеющей натурально-вещественную форму, большую роль сыграли труды зарубежных авторов: В. Деминга, Д. Джурана, К. Исикава, Ф. Кросби, Г. Тагучи,

А. Фейгенбаума, Дж. Харрингтона и работы отечественных ученых: Г.Г. Азгальдова, Ю.П. Адлера, А.М. Бадалова, Р.Я. Белобрагина, А.В. Гличева, Б.И. Герасимова, Д.С. Демиденко, Н.Д. Ильенковой, Е.М. Карлика, Д.С. Львова, В.В. Окрепилова, В.С. Синько и др.

В этой связи особо следует выделить публикации академика Д.С. Львова и его научной школы, посвященные созданию теоретической концепции применения экономико-математического инструментария изучения качества продукции и услуг.

Вступление жилищно-коммунальной отрасли в полосу рыночных преобразований высветило значительный дефицит в ее теоретическом осмыслении, вызванный недооценкой качества услуг ЖКХ в системном взаимодействии с качеством ее реформирования и развития.

Наиболее значимыми в дореформенный период работами, обосновавшими структуру и основные функции ЖКХ в России, стали труды А.И. Безлюдова, В.С. Боголюбова, Л.А. Велихова, И.Т. Иванова, В.И. Каспина, М.Л. Крупницкого, Р.И. Орловой, Ю.М. Сафронова, А.С. Садыкова, В.М. Стеняева, В.Ф. Щербакова и других авторов.

В дальнейшем исследования ЖКХ как реформируемого института рыночной экономики проводились в следующих направлениях:

- общеметодологические аспекты реформирования отрасли были разработаны в работах Т.Д. Белкиной, И.В. Бычковского, А.А. Дронова, Н. Денисова, Н. Косаревой, О.М. Роя, И. Стародубровской, У. Улюкаева, Л.Н. Чернышева и других авторов;

- финансово-экономические механизмы реформирования раскрываются в трудах В.П. Дылевской, А.А. Латкина, Н. Марголиной, М.М. Скопцовой, П. Свистунова, А. Талонова и других авторов;
- институциональные и функциональные формы реализации принципов реформирования отрасли обобщены в работах О.Э. Бессоновой, Е.Б. Дубровец, С.Г. Крапчан, В.Д. Прокофьева, С.Б. Сиваева (контрактно-договорные формы), Т.Б. Кутаковой, О.С. Пчелинцева (организационные формы объединений: кондоминиумы, ТСЖ), В.С. Бондарева (производственные объединения: РЭУ, тресты и др.), М.Л. Крупницкого, В.Б. Сивого, Б.Г. Скокова, В.В. Токмакова (планирование в ЖКХ) и других авторов.

В последнее время появились интересные исследования, связанные с изучением качества услуг ЖКХ. Эти проблемы поставлены в работах А.А. Аболина, Н.А. Восколовича, А.А. Дронова, А.Ф. Прокопьева, В.Ю. Прокопьева, Н.Н. Требушкина, Л.Н. Чернышова и других авторов.

Эти разработки, несомненно, имеют большое теоретическое и практическое значение. Однако в большинстве из них отсутствует системный анализ качества услуг ЖКХ, его институциональной природы, структуры и порядка применения. Причем качество услуг как экономическая категория рассматривается в значительной степени статически в отрыве от соответствующих парадигм качества услуг.

Недостаточно изучены вопросы взаимосвязи развития ЖКХ как института качества услуг с динамическими процессами, формирующими «стартовое» качество развития ЖКХ, что препятствует решению ряда задач, связанных с функционированием качества услуг в пространственно-временных координатах.

Мало исследована структура качества услуг ЖКХ, как неотъемлемой черты конкурентоспособности на рынке услуг. На практике это не позволяет классифицировать качество услуг ЖКХ с целью выработки управленческих решений.

Отсутствует серьезное методическое обоснование роли качества услуг в цикле общественного воспроизводства. Вследствие этого снижается эффективность бизнес-процессов ЖКХ. Теоретически не обоснованы и практически не разработаны механизмы повышения качества услуг ЖКХ в рамках программно-целевого подхода государственной концепции реформирования ЖКХ на 2001 – 2010 гг., что приводит к определенным сложностям ее практического эффективного использования.

Недостаточно исследован инструментарий оценки качества функционирования ЖКХ в ее основных институциональных звеньях, выявляющий резервы повышения качества соответствующих услуг.

Из сказанного выше вытекает необходимость создания целостной, научно-обоснованной теории формирования институциональных резервов повышения качества услуг ЖКХ.

Основная цель исследования состоит в постановке и решении научной проблемы формирования резервов повышения качества услуг ЖКХ на основе теории институционализма.

В ходе исследования выделены три подцели с соответствующими задачами.

1 Исследование ЖКХ как института качества услуг (выявление и обоснование институционально-структурных сдвигов качественного уровня ЖКХ и качественных преобразований ЖКХ России; теоретическое обоснование институциональных резервов повышения качества услуг ЖКХ).

2 Разработка теоретической концепции формирования информационной парадигмы качества услуг ЖКХ (исследование качества услуг ЖКХ; обоснование, разработка и анализ динамической характеристики непрерывного улучшения качества услуг ЖКХ; формирование наполнения информационной парадигмы качества услуг ЖКХ; выявление институционально-структурной динамики рынка услуг ЖКХ).

3 Реализация институциональных резервов повышения качества услуг ЖКХ (развитие системного подхода к институциональному управлению качеством услуг ЖКХ; формирование методики самооценки качества функционирования ЖКХ; разработка институционального управления качеством услуг ЖКХ и эффективностью функционирования ЖКХ г. Тамбова; обоснование программно-целевого подхода развития ЖКХ как института качества услуг).

В качестве объекта исследования выступает качество услуг ЖКХ. Предметом исследования является теоретико-методическое обоснование резервов повышения качества услуг ЖКХ на базе теории институционализма.

В качестве методологической базы исследования использовались диалектические принципы, позволившие выявить основные характеристики исследуемых явлений и процессов в их взаимосвязи, определить тенденции их становления и развития. В процессе исследования были применены такие научные методы как анализ и синтез, восхождение от абстрактного к конкретному, выявление причинно-следственных связей, индукция и дедукция, системный подход, а также экономико-математический инструментарий, который использовался при рассмотрении проблем, связанных с самооценкой качества функционирования ЖКХ.

Теоретической основой анализа задач, поставленных в работе, послужили труды отечественных и зарубежных специалистов в области управления качеством продукции и услуг, институционализма, статистики, функционирования ЖКХ. При рассмотрении предметной области исследования использовались нормативно-правовые акты РФ, регулирующие исследуемые процессы, официальные статистические данные, а также результаты авторских опросных исследований и материалы периодической печати.

Научная новизна исследования заключается в разработке комплекса теоретико-методических положений по совершенствованию процедур повышения качества услуг ЖКХ, включая развитие ЖКХ как института качества услуг, разработку теоретической концепции формирования информационной парадигмы качества услуг ЖКХ и реализацию институциональных резервов повышения качества услуг ЖКХ, отвечающих требованиям потребителей.

Элементы научной новизны содержат следующие результаты исследования:

- выявлены структурные сдвиги состояния функционирования ЖКХ как института качества услуг в форме переходных процессов развития ЖКХ. Эти изменения обусловлены трансформационными процессами российской экономики в направлении построения рыночной модели развития ЖКХ и формируют «стартовое» качество услуг ЖКХ;

- предложен мультипликатор качества услуг ЖКХ, организованный на базе эффекта наследования (начальных условий). Мультипликатор накапливает и формирует дискреты качества услуг на основных этапах качественных изменений ЖКХ России информационной парадигмы качества услуг (децентрализация, приватизация, социализация, институционализация и целевого программирования) для формирования «стартового» качества услуг ЖКХ как динамической экономической категории;

- обоснованы институциональные резервы повышения качества услуг ЖКХ;

- изменение правил и норм взаимодействия хозяйственных единиц ЖКХ и их организационных структур; минимизация общих издержек ЖКХ, определяемых как сумма собственно производственных и трансакционных издержек, связанных с обеспечением состояния функционирования ЖКХ в условиях информационной парадигмы качества услуг; меняющиеся относительные цены услуг ЖКХ и структура спроса (предпочтение потребителей); институциональные изменения ЖКХ, носящие динамический характер и протекающие в виде приращений к существующим формальным и неформальным ограничениям, а также процедурам, механизмам и регуляторам их соблюдения;

- существенно дополнено и развито представление о качестве услуг ЖКХ как экономической категории, в частности, предложено рассматривать качество как динамическую экономическую категорию, реализуемую через следующие функции: информационные, устойчивости наблюдаемости, управляемости, адаптации, стимулирующие и мотивационные, санирующие, затратные ценообразования. При этом выявлено соответствие циклов динамики колебаний экономической активности ЖКХ информационной парадигмы качества услуг ЖКХ;

- выявлено, что согласно концепции TQM и постулатов теории институционализма основу качества функционирования ЖКХ составляет система контрактов на всех этапах воспроизводственного цикла между производителями и потребителями услуг ЖКХ для снижения негативного влияния асимметрии информации о качестве услуг ЖКХ на эффективность функционирования рыночного механизма. Это позволило установить, что уровень качества услуг ЖКХ различен на рынке услуг, но потребителю (покупателю) за неимением времени и опыта крайне сложно определить этот уровень в момент покупки. Кроме того, потребитель не знает предыстории, предлагаемой ему услуги и обладает меньшей, чем продавец информацией о качестве услуг.

Положения, рекомендации и выводы исследования ориентированы на широкое использование при осуществлении мероприятий, связанных с повышением качества услуг на различных уровнях управления ЖКХ.

Самостоятельное практическое значение имеют:

- схема оценки качества и конкурентоспособности услуг ЖКХ, направленные на реализацию образцовой компании (финансово-промышленной группы) сферы услуг ЖК, которая характеризуется наличием системы стратегического планирования, стремлением руководства к повышению качества сервиса ЖКХ, высокими стандартами обслуживания, системой контроля за предоставлением услуг, системой удовлетворения жалоб потребителей. При этом особое внимание уделяется качеству персонала и удовлетворению потребителей услуг ЖКХ;

- модели систем управления качеством услуг ЖКХ. В отличие от известных моделей А. Фенгенбаума, Эттингера – Ситтига и Джурана модели содержат институциональные и инвестиционные эконо-

мические регуляторы на всех этапах жизненного цикла моделей, настройка которых определяются уровнем качества и конкурентоспособности производителя услуг ЖКХ, ориентированных на потребителя;

- методика самооценки качества функционирования ЖКХ как начальный этап разработки, внедрения и сертификации системы менеджмента качества услуг ЖКХ. Методика реализует алгоритм поэтапного процесса самооценки менеджмента качества услуг ЖКХ с минимальными транзакционными затратами по совершенствованию и развитию менеджмента качества и выбором стратегии развития ЖКХ на базе программно-целевого подхода как институционального резерва повышения качества услуг, направленного на эффективность функционирования ЖКХ;

- стандарты качества жилищных и коммунальных услуг ЖКХ, адаптированные к особенностям региональной среды ЖКХ. При этом стандарты выполняют роль объектов институционального управления качеством услуг и эффективностью функционирования ЖКХ.

Исследование выполнено в рамках НИР института «Экономика и право» Тамбовского государственного технического университета, проводимых в соответствии с Единым заказ-нарядом на тему: «Качество объектов микро-, мезо- и макроэкономики, бухгалтерского учета, экономического анализа аудита и финансово-кредитной деятельности».

Предложенные институциональные резервы повышения качества услуг ЖКХ апробированы и приняты к внедрению на ООО «Жилищно-эксплуатационный комплекс 1» (г. Тамбов), ООО «Ремстройсервис»

(г. Тамбов), Муниципальное учреждение «Дирекция Единого заказчика» (г. Тамбов), что подтверждено справками о внедрении.

Основные положения работы докладывались, обсуждались и получили одобрение на Всероссийских и Международных научно-практических конференциях и семинарах, в том числе на Международном научно-практическом семинаре «Тенденции становления и развития информационного бизнеса в России. Проблемы качества информационных услуг» (Тамбов, 1999 г.); Всероссийской научно-практической конференции «Современное состояние и перспективы развития экономики России» (Пенза, 2003 г.), Международной научной конференции «Управление развитием региональных экономических систем» (Киров, 2003 г.), а также ежегодных научных конференциях института «Экономика и право» Тамбовского государственного технического университета (2000 – 2003 гг.).

Результаты исследования использованы в учебном процессе на факультете экономика и управление производствами института «Экономика и право» Тамбовского государственного технического университета для подготовки экономистов по специальностям: 06.04.00 «Финансы и кредит», 06.00.05 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 06.08.00 «Экономика и управление», что подтверждено соответствующими справками.

Исследование жилищно-коммунального хозяйства как института качества услуг. ЖКХ изучается как динамическая экономическая система. Под динамикой ЖКХ будем понимать изменение качественных свойств системы, общие закономерности ее поведения для реализации стратегии TQM международных стандартов качества ИСО 9000 и ИСО 14000. При исследовании динамики ЖКХ нами культивируется поведенческий подход к анализу качественно-функциональных свойств ЖКХ как динамической экономической системы ЖКХ выступает в форме самостоятельного экономического института качества услуг, причем любое применение позиции отрасли должно восприниматься как изменение миссии (видения и кредо) и уровня качества института, тем самым, характеризуя трансформацию всей институциональной структуры общества.

В динамике выявлены следующие институционально-структурные сдвиги в сфере ЖКХ на экономическом фоне других отраслей народного хозяйства:

- 1) возникновение целого каскада переходных процессов в рамках изучаемой предметной области;
- 2) наличие сильных экономических флуктуаций;
- 3) эффект начальных условий (эффект от инерционности наследования).

Ранг отрасли ЖКХ соответствует определенному уровню качества услуг, который отображается через «мультипликатор» как «стартовое» качество переходной функции непрерывного улучшения качества услуг в соответствии с установленными и предполагаемыми требованиями потребителей.

Динамика производства валовой добавленной стоимости и рентабельности ЖКХ (рис. 1 – 3) представляют собой переходные процессы «мультипликатора» как экономического регулятора развития

ЖКХ, оптимальные настройки которого обеспечивают заданную степень колебательности конъюнктуры рынка услуг ЖКХ при минимуме интегрального квадратного критерия качества, формализованного показателя качества институциональных процессов этапов I – V преобразования и развития ЖКХ. При этом институциональные резервы повышения качества услуг ЖКХ позволяют реализовать на практике принципы инвариантности ЖКХ как института качества услуг, поскольку отклонение качества услуг от заданного значения потребителем должно быть тождественно нулю при любых колебаниях конъюнктуры рынка услуг ЖКХ.

Наполнение этапов I – V информационной парадигмы качества услуг ЖКХ осуществлялось преимущественно под воздействием институциональных экономических регуляторов. Первый этап I (1989 – 1992 гг.) характеризуется переходом на децентрализованную, матричную систему управления ЖКХ, приемлемую нарождающейся информационной экономике. При этом была произведена дифференциация качества услуг с учетом специфики регионов. Начавшаяся в 1992 – 1994 гг. приватизация (этап II) под давлением конкурентной сферы рынка услуг повысила качество активов ЖКХ и права собственности, что породило целевые потребности в повышении качества услуг. Социальный III этап институциональных преобразований ЖКХ (1994 – 1996 гг.) выявил барьеры «прозрачности» качества услуг при построении социально-ориентированной рыночной сферы ЖКХ. Это вызвано несоответствием рыночной ценности качества ЖКХ и соответствующих затрат, которые производитель услуг должен нести для защиты от качества услуг конкурентов; причем рыночная ценность напрямую зависит от величины «пучка» прав собственности на качество услуг. В 1996 – 1999 гг. для созданной сетевой организационной структуры ЖКХ формируются дифференциальные (распределенные) институциональные регуляторы (службы заказчика), настройки которых обеспечивают формирование качества услуг на всех этапах воспроизводственного цикла, ориентированного на потребителя. Государственная «Концепция реформы ЖКХ» послужила началом V этапа институциональных преобразований в сфере качества услуг. В Концепции сформированы Миссия ЖКХ, видение и кредо, комплекс программно-целевых стратегических и тактических направлений, сфокусированных на развитие сферы услуг ЖКХ. Можно выделить следующие функции, направленные на повышение качества услуг:

- 1) удовлетворение потребностей населения и народного хозяйства в насыщении рынка определенными товарами и услугами;
- 2) создание экономической среды, способствующей формированию рыночных отношений и конкуренции;
- 3) создание новых рынков и проникновение на мировой рынок;
- 4) вовлечение в активную деятельность неиспользованных талантов и ресурсов;
- 5) решение проблемы занятости и самозанятости;
- 6) содействие экономическому росту;
- 7) активизация инновационной деятельности за счет высокого уровня нововведений в ЖКХ;
- 8) содействие процессу формирования среднего класса.

Динамика институциональной структуры ЖКХ отвечает закономерностям и тенденциям, выявленным теорией экономических институтов:

- 1) изменение правил и норм взаимодействия хозяйственных единиц ЖКХ и их организационных структур;

2) минимизация общих издержек ЖКХ, определяемых как сумма собственно производственных и транзакционных издержек, связанных с обеспечением качества состояния функционирования системы ЖКХ;

3) источником институциональных изменений также служат меняющиеся относительные цены услуг ЖКХ и структура спроса (предпочтения потребителей);

4) процесс институциональных изменений ЖКХ носит динамический характер и протекает в виде медленных, постепенных приращений к существующим формальным и неформальным ограничениям, а также процедурам, механизмам и регуляторам их соблюдения.

Согласно институциональной теории активы работают тем эффективнее, чем полнее определены и защищены (специфицированы) права собственности и чем сильнее давление конкурентной сферы. Если государство берет на себя защиту прав собственности, то это порождает положительные внешние эффекты (экстерналии) для всех участников экономических отношений.

В защите прав акционеров заключается в первую очередь, регулирующая роль государства, а именно:

- развитие нормативно-правовой базы, на которую опирается деятельность акционерных обществ;
- необходимо в полной мере государству задействовать институт своих представителей, управляющих государственным пакетом акций;
- формирование юридических и экономических механизмов корпоративного управления для обеспечения реальной связки капитал-прибыль (прибыль должна быть результатом вложения капитала и распределяться пропорционально вложению капитала; управление компаний в интересах собственников капитала).

Для эффективности состояния функционирования ЖКХ государство должно создать:

- а) фондовый рынок;
- б) рейтинговые и оценочные агентства, использующие международные стандарты отчетности;
- в) суды, нотариат – для свободной купли-продажи прав собственности в ЖКХ.

При развитии ЖКХ необходимо использовать принцип современного антимонополистического регулирования; по которому необходимо бороться не с монополией, а с монополистическим поведением (завышение цен, дискриминация потребителей, снижение качества услуг, возведение искусственных барьеров на пути конкурентов).

Новый институциональный регулирующий механизм в ЖКХ предполагает:

- 1) формирование открытой конкурентной среды;
- 2) повышение степени «прозрачности» всех операций в ЖКХ при понижении (устранении) высоты барьеров вхождения в него;
- 3) формирование контрактных отношений по линии производитель услуг ЖКХ – потребитель.

Разработка теоретической концепции формирования информационной парадигмы качества услуг жилищно-коммунального хозяйства. **Услуги ЖКХ представляют собой виды деятельности, работ ЖКХ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта.**

Это блага, предоставленные не в виде вещей, а в виде состояния функционирования ЖКХ.

Французский экономист, профессор С. де Куссерг считает, что современные возможности ЖКХ по оказанию услуг позволяют говорить об индустрии ЖКХ и, следовательно, о наличии продукции ЖКХ.

Среди особенностей продуктов ЖКХ С. де Куссерг выделяет следующее: неподверженность амортизации; отсутствие возможности частной защиты продукта; единообразие предлагаемых ЖКХ продуктов; зависимость от налогового законодательства; непосредственную продажу продукции ЖКХ клиентам.

По С. де Куссергу, к жизненному циклу продукта ЖКХ относятся следующие фазы его развития: первая фаза – введение в оборот, характеризуемая быстрым ростом объема продаж; вторая фаза – подъем, когда число продаж стабилизируется и далее следует конкурентная борьба между хозяйствующими субъектами ЖКХ за конечного потребителя, усовершенствование продукта ЖКХ; третья фаза – спад. Данный период обычно растягивается на десятки лет, ввиду приверженности клиентов и структур ЖКХ привычным формам сотрудничества.

Классификация услуг ЖКХ основана на ряде критериев, характеризующих особенности их предоставления клиентам. В их числе:

- а) направленность на удовлетворение подробностей клиента:
 - прямые услуги (direct services), удовлетворяющие непосредственные пожелания клиентов (платежные, коммерческие, инвестиционные услуги);

- косвенные или сопутствующие услуги (related services), объявляющие или делающие более удобными предоставления прямых услуг без получения клиентом дополнительной полезности (клиринговые услуги, телефонное управление счетом услуг ЖКХ, консультационные услуги и др.);

- услуги, приносящие дополнительную полезность функционирования ЖКХ или снижения издержек ЖКХ (added-value services) при использовании прямых издержек;

б) сегментация по группам клиентов. Исходя из степени сложности можно выделить следующие градации продуктов ЖКХ:

1-й уровень – услуги, которые востребованы большим количеством потребителей (оплата жилого фонда пользования системами теплоснабжения, электроснабжения, водоснабжения, водоотведения, газоснабжения и др.);

2-й уровень – услуги, требующие специального уровня организации ЖКХ и подготовки кадров (управление активами ЖКХ, инвестиционные услуги);

3-й уровень – услуги, требующие профессиональных знаний в области использования услуг ЖКХ (услуги в области корпоративных финансов ЖКХ, управление смешанными активами ЖКХ).

Выбор способа, места и очередности удовлетворения потребностей в услугах ЖКХ не произволен, он определяется материальными условиями жизнедеятельности общества, от которых зависят возможности отдельно взятого индивида. В этом проявляется единство физиологического и социального начала потребностей в услугах ЖКХ их объективная и субъективная составляющие.

Одной из существенных особенностей услуг ЖКХ является то, что, индивид реализует, кроме физиологических, свои социальные потребности (контакт, общение), потребности в признании статуса (выбор наиболее престижных видов услуг), саморазвитие (эстетические, познавательные запросы).

Обладая такими свойствами, потребность в услугах ЖКХ реализуется при наличии определенного экономического обеспечения. С одной стороны, необходимы определенные экономические возможности у потребителей. С другой стороны – для удовлетворения платежеспособных потребностей членов общества во многих разновидностях услуг ЖКХ необходим определенный экономический потенциал общества, обеспечивающий их материально-техническую базу. Следует подчеркнуть, что в советский период в нашей стране создана существенная материально-техническая база для обеспечения многих социально значимых услуг ЖКХ. Но в современных условиях, ее расширение и реконструкция требуют инвестиций, которые текут в сферу услуг ЖКХ неравномерно, сначала в быстро окупаемые и не капиталоемкие виды услуг, затем, по мере их насыщения и роста потребностей в качественно новых услугах, будут перемещаться в другие отрасли и производства сферы услуг ЖКХ.

Но во всем мире, безотносительно к типу экономической организации общества, объективно расширяются и растут потребности в услугах ЖКХ.

Потребность в услугах ЖКХ возрастает под воздействием интенсивности труда, необходимостью повышения качества человеческого капитала, закона возрастания потребностей.

Под действием объективного закона возвышения потребностей развиваются потребности населения в улучшении жилищных условий. В семейном бюджете доля расходов на жилище постоянно возрастает. В России расходы семей на жилищно-коммунальные услуги в среднегодовом доходе рабочих семей в настоящее время превысили 20 %.

Вместе с тем, если обратиться к рыночным условиям, то наряду с законом повышения потребностей, на рост рассматриваемых потребностей в услугах ЖКХ оказывает влияние действие закона спроса и предложения.

Такая категория как спрос, отражающая потребность людей в той или иной услуге ЖКХ, конкретизируется в зависимости от уровня дохода и платежеспособного спроса, проявляющегося в способности удовлетворять потребность, подкрепленную доходом потребителя.

Как известно, спрос находит свое выражение в денежной форме и измеряется величиной товарооборота и количеством потребителей, согласным приобрести благо по (услугам ЖКХ) определенным ценам. Функции спроса выражаются посредством взаимосвязи между спросом и определяющими его факторами $Q = (P_a, P_b, P_c, I, W, T, F, S)$, среди которых основными являются – цена на конкурентную услугу P_a , цены на услуги заменители P_b , цены на сопряженные услуги P_c , доход покупателя I , уровень благосостояния покупателя W , т.е. преимущественно экономические факторы. Затем следуют факторы социально-демографические – F (вкусы, предпочтения), географические – S (сезонность), временные – T (жизненный цикл услуги).

Процесс производства и потребления большинства услуг ЖКХ совпадает в производственно-временных координатах. На рынке услуг ЖКХ равенство спроса и предложения по объему и структуре оказываемых услуг должно соблюдаться постоянно. При этом производству услуг ЖКХ должен пред-

шествовать социальный заказ в индивидуальной коллективной или общественной формах, выступающий актом их общественного признания и гарантом обмена труда.

В условиях формирования и исполнения информационной парадигмы качества услуг ЖКХ такое равновесие нарушается из-за снижения качества услуг, отсутствия конкурентного рынка услуг ЖКХ, общего роста цен снижения спроса на услуги ЖКХ и одновременного сокращения предложений со стороны сферы ЖКХ. При этом точка равновесия кривых спроса и предложений услуг ЖКХ отсутствует: реализация услуг не состоялась, платежи прекратились, о чем свидетельствуют миллионные задолженности по коммунальным платежам населения, предприятий и учреждений России.

Данный парадокс объясняется рядом общих причин:

- развалом осложнившихся экономических связей в организации и функционировании ЖКХ в условиях неопределенности и непредсказуемости в экономике;
- отсутствием динамического приспособления (адаптации) производства услуг ЖКХ к изменившейся конъюнктуре рынка: между повышением цен и расширением предложения существует определенный разрыв;
- отсутствием конкурентной среды в сфере ЖКХ.

Реальное отображение экономики ЖКХ показывает огромные масштабы, сложный и многоуровневый характер ее монополизации:

- 1) монополизм управления;
- 2) технологический монополизм;
- 3) монополизация региональных рынков услуг ЖКХ.

Либерализация цен на услуги ЖКХ в этих условиях ведет к их неизбежному росту и сокращению предложения.

Выход сферы ЖКХ России из затяжного кризиса возможен при выполнении множества условий. Одним из них является повышение качества услуг ЖКХ. Постановлением Правительства Российской Федерации № 100 от 12.02.1994 определены задачи гармонизации и интеграции качества услуг ЖКХ в систему международных стандартов качества серии ИСО 9000 реализующих концепцию всеобщего (глобального) менеджмента качества (Total Quality Management – TQM). Согласно этой концепции основу качества функционирования ЖКХ должна составлять система контрактов на всех этапах воспроизводственного цикла между производителями и потребителями услуг ЖКХ для снижения негативного влияния асимметрии информации о качестве услуг ЖКХ на эффективное функционирование рыночного механизма.

Уровень качества услуг ЖКХ различен на рынке услуг, но потребителю (покупателю) за неимением времени и опыта крайне сложно определить этот уровень в момент покупки. Кроме того, он не знает предыстории, предлагаемой ему услуги ЖКХ. Таким образом, он обладает меньшей, чем продавец, информацией о качестве услуг.

Если бы информация была симметричной, т.е. если бы покупатель также имел адекватную информацию о качестве услуг ЖКХ, на рынке установилось бы эффективное равновесие. Цена, которую готов заплатить покупатель за конкретную услугу, определялась бы ее качеством. В условиях асимметрии информации, напротив, покупателю неизвестно качество конкретной услуги ЖКХ. Поэтому предлагаемая им цена определяется на основе среднего качества услуг, причем среднее качество, в свою очередь, определяется на основе известного покупателю закона распределения качества Акерлофа*. В модели Акерлофа качество предоставленной на рынке услуги ЖКХ предполагается распределенным равномерно. Функция распределения известна как продавцам, так и покупателям. В этой ситуации продавец услуги выставляет на рынке только те из них, качество которых лежит в нижней части распределения, так как продажа наиболее качественной услуги становится для него невыгодной. В результате, шаг за шагом, среднее качество представляемых на рынок услуг падает, а вслед за этим снижается и цена, которую покупатель готов заплатить за услугу. Соответственно окончательная цена, устраивающая покупателя, в какой-то момент оказывается равной нулю, и рынок перестает существовать. Явление неблагоприятного отбора (вид предконтрактного оппортунизма), которое возникает на данном рынке из-за несовершенства информации, приводит к неэффективному функционированию рыночного механизма спроса и предложения и, в конечном итоге, к исчезновению рынка услуг ЖКХ.

* Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм // THESIS. 1994. № 5. С. 91 – 104.

В целом подобно тому, как товар является клеточкой капиталистического способа производства, качество услуг – сосредоточением совокупности общественных отношений, регулирующих через показатели конкурентоспособности в удовлетворении потребностей все сферы общественного воспроизводства: производство, распределение, обмен и потребление на микроуровне (локальный уровень I) и макроуровне (интегральный уровень II) рис. 4.

Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) рассматривается как синергетическая система с неравновесной открытой матричной структурой функционирования. Синергетический эффект на начальной стадии развития ЖКХ проявляется в форме экономии финансового потенциала ЖКХ, формирования необходимых и достаточных условий организации инновационного бизнеса, а также в форме экономии времени воспроизводственного цикла за счет повышения конкурентоспособности как самого ЖКХ, так и выпускаемых услуг.

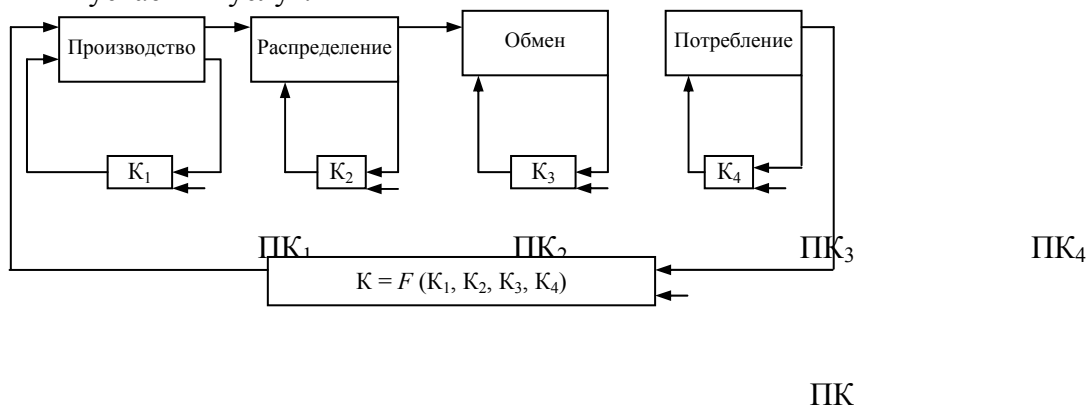


Рис. 4 Замкнутые структуры воспроизводственного цикла услуг ЖКХ: K_1, K_2, K_3, K_4 – качество производства, распределения, обмена и потребления, соответственно; $K = F(K_1, K_2, K_3, K_4)$ – интегральное, комплексное качество услуг воспроизводственного цикла; ПК, ПК₁, ПК₂, ПК₃, ПК₄ – показатели конкурентоспособности

Неравновесная структура ЖКХ в отличие от равновесной позволяет повысить эффективность развития ЖКХ за счет системного взаимодействия его внутренней и внешней среды ЖКХ, функционирования ЖКХ в условиях неопределенности рыночных отношений, качества ЖКХ и услуг, наличия бифуркации – переломной точки в эффективности развития ЖКХ, реализации стратегии и тактики формирования вектора развития ЖКХ.

Эффективность развития ЖКХ увеличивается при его анализе на базе общих и частных экономических законов функционирования ЖКХ. Категорию непрерывного улучшения качества услуг ЖКХ целесообразно рассматривать как экономическую закономерность рыночной экономики, которая функционально зависит от проявляемых на практике законов стоимости, конкуренции, качества, закона спроса и предложения, а также законов массового производства; самофинансирования; соответствия отношений постоянных затрат к переменным и относительной цены; снижение себестоимости услуг с увеличением объема выпуска; соответствия номенклатуры, качества и объема услуг; потребности и условия спроса; возмещение затрат на производство и сбыт услуг.

В целом закон стоимости проявляется через отклонение цены, нижний порог которой ограничен издержками ЖКХ, а верхний – субъективной оценкой полезности услуги. Конкуренция и качество вынуждают ЖКХ адаптироваться к изменениям вкусов и предпочтений потребителей, доходы которых ограничены. В результате действия закона стоимости внутриотраслевая конкуренция инициирует технический прогресс, способствующий снижению издержек ЖКХ, улучшению качества услуг, а межотраслевая конкуренция способствует распределению ограниченных ресурсов между отраслями в зависимости от их общественной значимости и обеспечивает тем самым структурную перестройку ЖКХ.

Ограниченность ресурсов порождает проблему ограниченности производственных возможностей, которая стремится к разрешению противоречий благодаря действию конкуренции и качества при тесном взаимодействии с законами рыночной экономики: спроса и предложения.

Взаимосвязь категории качества услуг ЖКХ с законом увеличения потребностей отражает стремление к качественному возрастанию потребления с учетом экологического фактора. В результате конкуренции и качества ЖКХ расширяют ассортимент услуг, повышают ее качество и экологическую чистоту.

Качество ЖКХ как экономическая категория становится языком международного общения, а ее концептуальные основы на базе открытых стандартов качества серии ИСО 9000 и концепции TQM (всеобщий менеджмент качества) позволяют легче войти в мировое экономическое пространство.

Устойчивость этого процесса возрастает при переходе к системному анализу качества услуг ЖКХ как динамической экономической категории. Данный анализ целесообразно проводить на базе переходной характеристики качества, отображающей ее зависимость от временного лага производственного цикла услуг (рис. 5). В начальной стадии цикла τ_n качество формируется за счет объединения качества производственных оборотных фондов (ПОФ), основных производственных фондов и труда. Это «стартовое» качество определяется начальным уровнем конкурентоспособности ЖКХ и услуги $УК_n$.

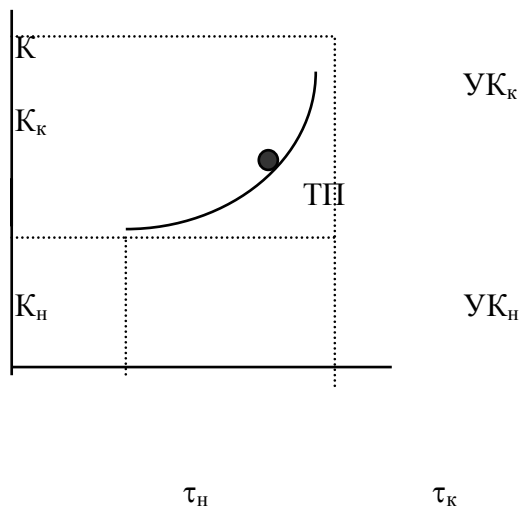


Рис. 5 Переходная характеристика качества услуг ЖКХ:

K, K_k – качество в моменты времени τ_n и τ_k ;

$УК_k$ – плановый уровень конкурентоспособности ЖКХ и услуги

На практике различают два понятия «конкурентоспособность ЖКХ» и «конкурентоспособность услуги».

Под конкурентоспособностью ЖКХ подразумевается его способность производить конкурентоспособную услугу за счет умения ЖКХ эффективно использовать экологический, финансовый, производственный и трудовой потенциалы.

Под конкурентоспособностью услуги подразумевается совокупность ее качественных и стоимостных характеристик, которые обеспечивают удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно для покупателя отличается от аналогичных услуг-конкурентов.

Категории качества основных производственных фондов ЖКХ и труда на заданном временном лаге цикла являются в основном квазистатическими экономическими категориями, поэтому база качества определяется природным качеством исходного сырья (нефть, газ, вода, электроэнергия и др.), составляющего основу ПОФ. Так как эти продукты являются достаточно однородными и универсальными ресурсами, обладающими ограниченным набором потребительских свойств, то их можно характеризовать индексом качества, интегрально оценивающим состав и (или) свойства ресурсов по системному взаимодействию внутренних определяющих параметров качества, которые функционально связаны с динамикой материальных носителей, и внешних параметров идентификации, зависящих от устойчивого состояния функционирования ресурсов и ЖКХ в функционально-пространственно-временных координатах.

На временном лаге воспроизводственного цикла $\Delta\tau = \tau_k - \tau_n$ (где τ_k – конечное время цикла) качество услуги ЖКХ изменяется во времени, причем чувствительность данного изменения определяется эластичностью качества к изменению характеристик стадий производственного цикла. Конечная стадия производства услуги характеризуется K_k , которая только при $\tau_k \rightarrow \infty$ приближается к заданному плановому уровню конкурентоспособности ЖКХ и услуги $УК_k$.

Переходная характеристика качества услуг ЖКХ имеет точку перелома ТП (точку бифуркации), положение которой определяют институциональными и инновационными потенциалами ЖКХ. От их качества и количества точка перелома смещается в поле качества услуг ЖКХ (рис. 6).

Переходная характеристика качества услуг ЖКХ соответствует природе простого и расширенного воспроизводства, поскольку потребительная стоимость ПОФ дифференцируется на временном лаге Δt в потребительные стоимости промежуточной услуги, которые в свою очередь интегрируются в потребительную стоимость готовой услуги.

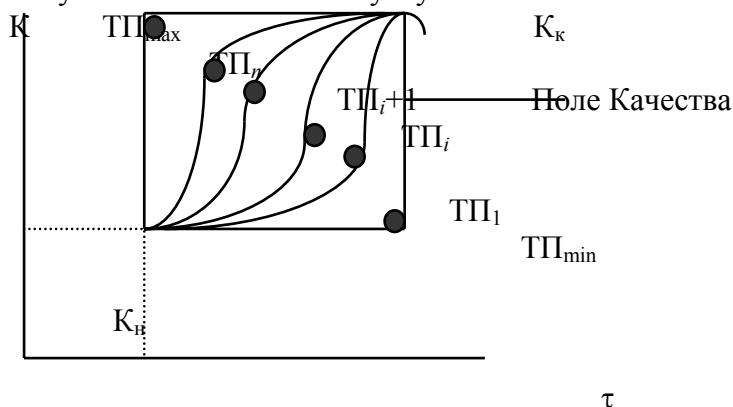


Рис. 6 Поле качества услуг ЖКХ:

$ТП_{\min}$, $ТП_{\max}$ – минимальное и максимальное положение точки перелома переходной характеристики качества услуг ЖКХ, соответственно;
 $ТП_i$ – i -е положение точки перелома, $i = 1; n$ – количество состояний функционирования переходной характеристики качества услуг ЖКХ

Качество услуги как динамическая экономическая категория в условиях воспроизводственного цикла (производство – распределение – обмен – потребление услуги) проявляется через основные управленческие функции: информационные, устойчивости, наблюдаемости, управляемости, адаптации, стимулирующие и мотивационные, санирующие, затратные, ценообразования.

Информационные функции качества услуги характеризуются следующими чертами: неоднозначностью фиксации потребителя и стоимостной оценки полученного объема информации; неопределенностью полезности информации; динамическим механизмом старения информации; наличием соответствующих фильтров в выборе необходимой информации, уменьшающей у потребителя неопределенность знаний об услуге.

Устойчивость качества услуги проявляется по степени изменения (робастности) ее переходной характеристики от действия внешних и внутренних дестабилизирующих факторов производственного цикла, причем устойчивость ЭР возрастает при переходе к использованию высоких технологий на базе CIM-технологий (Computer Manufacturing) и CALS-технологий (Computer Added Logistic Support).

Наблюдаемость определяется устойчивостью воспроизведения «реперных» точек переходной характеристики качества услуги с координатами (K_n, τ_n) и (K_k, τ_k) с помощью соответствующего экономико-математического инструментария.

Управляемость и адаптация качества услуг позволяют сохранить заданный плановый режим использования (состояния функционирования) ПОФ, промежуточной услуги, готовой услуги и в целом всего ЖКХ на всем временном лаге Δt производственного цикла.

Стимулирование и мотивация по критериям стандартов качества ИСО 9000 и TQM необходимы для повышения эффективности выполнения работ в области качества и строятся на внешнем экономическом побуждении к труду и внутренних побудительных силах приоритета качества и эффективности развития.

Санирующие функции качества услуг ЖКХ формируются на базе концепции экологического менеджмента и мониторинга качества, по которой каждая услуга на всех этапах жизненного цикла и на интегрированном рынке с сектором качества не должен вызывать вредных последствий на экологию и жизнь человека.

Затратные функции качества касаются главным образом учета и оценки затрат на услуги ЖКХ, причем основную долю затрат составляют природоохранные расходы. Как правило, реализация данной функции не требует сверхбольших затрат, так как экономичность качества услуг подтверждает динамическая схема в виде цепной реакции Деминга: улучшение качества – снижение затрат – повышение производительности – снижение цены – расширение рынка – утверждение рынка – обеспечение работой – возврат инвестиций.

Качество услуг ЖКХ как динамическая экономическая категория находится в системной взаимосвязи с другими важнейшими экономическими категориями: себестоимостью, ценой, спросом и предложением. При прочих равных условиях цена и себестоимость взаимосвязаны. В структуре последней целесообразно выделение материальных (ПОФ) и операционных (временных) компонент (ресурсов) с учетом устойчивости материальных ресурсов к качеству, количеству и цене единицы сырья, к замене сырья и отходов. Рыночная цена готовой услуги ЖКХ устанавливается на интегрированном рынке с локальными сегментами качества, количества и цены из-за взаимодействия спроса и предложения с учетом эффектов повального увлечения, снобизма и Веблена, которые нарушают устойчивость действия закона спроса на рынке по качеству услуг ЖКХ.

На основании теории длинных волн конъюнктуры С.М. Меньшиков и Л.А. Клименко* выделили следующие большие циклы динамики долгосрочных колебаний экономической активности: I цикл – 1989 – 1849 гг.; II цикл – 1849 – 1896 гг.; III цикл – 1896 – 1938 гг.; IV цикл – 1952 – 1989 гг.; V цикл – 1989 – ? Характерной особенностью каждой длинной волны является ее соответствие определенной парадигме качества услуг ЖКХ.

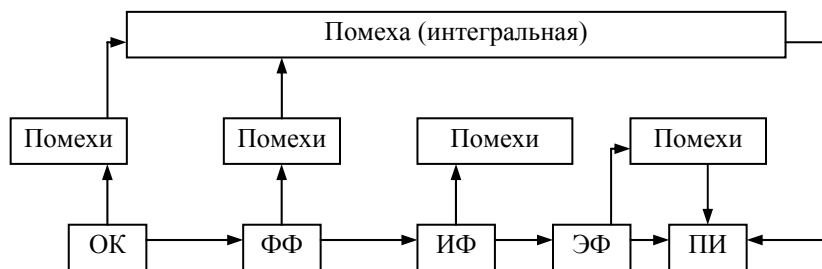


Рис. 7 Операционная схема использования информации о качестве услуг ЖКХ:

ФФ, ИФ, ЭФ – физический, инструментальный и экономический фильтры, соответственно; ПИ – потребление информации

Качество услуг ЖКХ как динамическая, экономическая категория в своем развитии формировалась вокруг следующих парадигм: философской (I цикл), механической (II цикл), кибернетической (III цикл), системной (IV цикл) и информационной (V цикл)

Для формирования стартового уровня качества услуг ЖКХ переходной характеристики необходимые и достаточные условия идентификации качества услуг проявляются через информационные функции качества, в соответствии с информационной теорией анализа восприятия сообщений, представим схему процесса использования информации о качестве услуг ЖКХ в виде операционной схемы (рис. 7).

Необходимым и достаточным условием функционирования операционной схемы является наличие объекта качества (ОК), индекс качества которого о составе и (или) свойствах ОК через систему физического, инструментального и экономического фильтров (ФФ, ИФ и ЭФ)* формализуется через экономико-математическую модель идентификации качества, которая используется на рынке в блоке схемы ПИ (потребление информации о качестве). Очевидно, что потребление информации будет эффективным, если минимизировать действие помех на операционную схему.

Наполнение информационной парадигмы качества услуг ЖКХ проводилось по принципу этапности: этапы I – V.

Реализация институциональных резервов повышения качества услуг жилищно-коммунального хозяйства. Одним из основных резервов дифференцирования сферы услуг ЖКХ является постоянное предложение более качественного в сравнении с конкурентами сервиса. Ключ к привлечению целевого сегмента покупателей к потреблению услуг ЖКХ – удовлетворение ожиданий клиентов относительно качества обслуживания. Ожидание потребителей формируется под воздействием их прошлого опыта, слухов и рекламы. Покупатели выбирают поставщика необходимой им услуги ЖКХ и после ее предоставления сравнивают собственные впечатления и ожидания. Если восприятие ценности сервиса не соответствует предварительному представлению, покупатель теряет интерес к продавцу ус-

* Меньшиков С.М., Клименко Л.А. Длинные волны в экономике: когда общество меняет кожу. М.: Международные отношения, 1986. 246 с.

* Дополнительно фильтры выполняют роль канала передачи информации о качестве.

луги ЖКХ. Если его ожидания удовлетворены на высоком уровне, он склонен вновь обратиться к поставщику качественных услуг ЖКХ.

Различные исследования показали, что образцовая компания сферы услуг ЖКХ должна характеризоваться наличием системы стратегического планирования, стремлением руководства к повышению качества сервиса ЖКХ, высокими стандартами обслуживания, системой контроля над представлением услуг, системой удовлетворения жалоб потребителей. Особое внимание уделяется в ней персоналу и удовлетворению клиентов.

Количественно данные направления развития сферы ЖКХ оцениваются по ряду показателей. На рис. 8 приведена схема оценки качества (конкурентоспособности) услуг ЖКХ.

Руководство компании сферы ЖКХ должно сохраняя низкий уровень транзакционных издержек, добиваться повышения производительности. Обычно выделяют следующие способы повышения эффективности деятельности сервисных организаций сферы ЖКХ.

1 Повышение профессионального уровня персонала, усовершенствование системы отбора и обучения сотрудников.

2 Увеличение набора предлагаемых услуг ЖКХ за счет некоторого снижения качества обслуживания.

3 Индустриализация сервиса, основанная на улучшении технического оснащения и стандартизации процесса предоставления услуг ЖКХ.

4 Внедрение инноваций, уменьшающих потребность в обслуживании.

5 Повышение эффективности обслуживания.

6 Побуждение потребителей к самообслуживанию.

Процесс повышения качества услуг ЖКХ неразрывно связан с безопасностью услуг, который осуществляется в рамках нормативного правового поля.

Развитие систем управления качеством (СУК) в сфере услуг ЖКХ характеризуется существенным запаздыванием от формирования и наполнения соответствующих парадигм качества услуг. До настоящего времени «базовой» системой управления качеством услуг ЖКХ является модель СУК А. Фейгенбаума.



Рис. 8 Схема оценка качества (конкурентоспособности) услуг ЖКХ

В соответствии с моделью А. Фейгенбаума потребитель услуг ЖКХ должен получать только «годные» услуги, причем основные усилия ЖКХ должны быть направлены на итоговый контроль качества услуг. Данная СУК услуг ЖКХ концептуально организованная и наполненная в СССР в 90-х гг. XX в. привела к резкому росту транзакционных затрат, поскольку даже незначительное повышение качества услуг ЖКХ всегда сопровождалось ростом затрат на его обеспечение.

Ослабление указанного противоречия возможно с переходом на систему УК услуг ЖКХ на базе модели Эттингера – Ситтига (рис. 9).

В отличие от модели А. Фейгенбаума модель учитывает необходимость управлять функциональным качеством услуг ЖКХ под влиянием спроса на качество соответствующих услуг. Попытки внедрения данной СУК услуг ЖКХ начались в России с организацией компании «Российские коммунальные системы» как одной из разновидностей финансово-промышленной группы.*

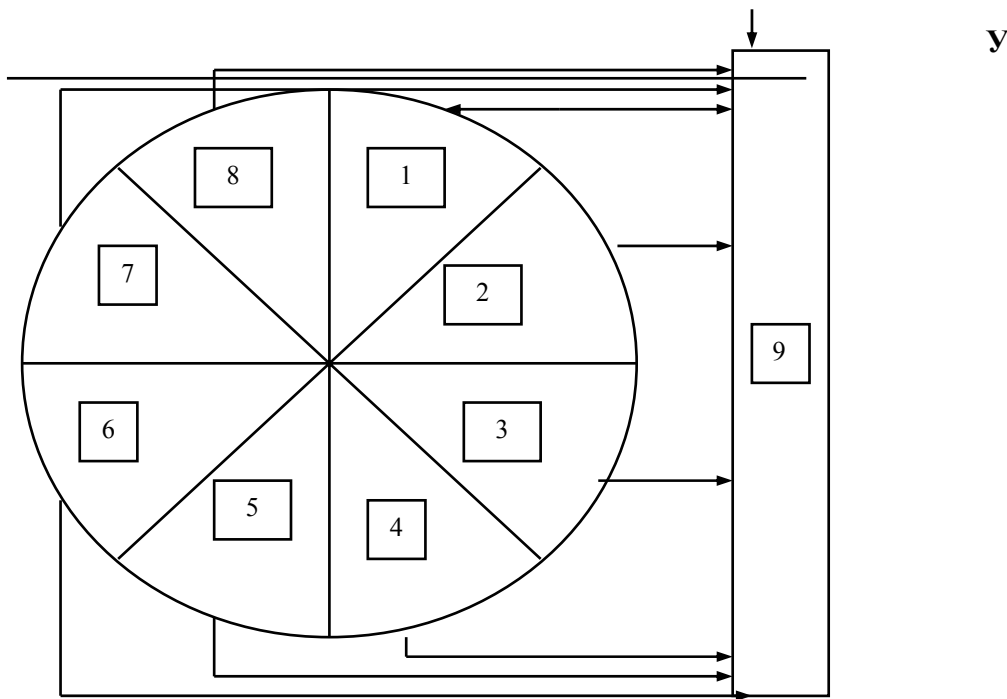


Рис. 9 Модель системы УК услуг ЖКХ Эттингера – Ситтига:
1 – изучение спроса на услуги ЖКХ; 2 – формирование целей;
3 – формирование услуг; 4 – планирование процессов ЖКХ;
5 – производство услуг ЖКХ; 6 – распределение услуг ЖКХ;
7 – обслуживание потребителей после сбыта услуг; 8 – сервисное
обслуживание и эксплуатация услуг ЖКХ; 9 – институциональные и
инвестиционные регуляторы; У – уставка, определяемая уровнем качества
и конкурентоспособности производителя услуг ЖКХ

* Финансово-промышленная группа (ФПГ) – совокупность кредитно-финансовых организаций (Банки, лизинговые и страховые компании, пенсионные и инвестиционные фонды), производственных и торгово-сбытовых компаний, связанных между собой долговременными кооперационными и (или) кредитными отношениями, а также – акционерным соучредительством.

В планах данной ФПГ – переход на СУК услуг ЖКХ по модели Джурана, ориентированной на принципы всеобщего управления качеством (TQM). Модель ориентируется на маркетинговую концепцию производственно-коммерческой деятельности института ЖКХ. Она предусматривает постоянное изучение спроса на рынке сбыта услуг ЖКХ и эксплуатационных показателей качества услуг, что обуславливает полную ориентацию производителей услуг на требования потребителей и рынок сбыта. При этом цикл управления качеством услуг начинается и заканчивается обследованием рынка.

Для снижения противоречий между повышением качества услуг ЖКХ и ростом эффективности функционирования ЖКХ ФПГ «Российские коммунальные системы» и Госстроем России предложено осуществлять разработку СУК услуг ЖКХ на базе международных стандартов качества серии ИСО 9000 (версия 2000 г.). Для этого необходима разработка системы менеджмента качества услуг ЖКХ.

Для создания системы менеджмента качества ЖКХ требуется стратегическое решение высшего руководства организации. На проектирование и внедрение системы менеджмента качества ЖКХ влияют меняющиеся запросы, особенно цели, выпускаемые услуги, применяемые процессы, размер и структура ЖКХ.

Для внедрения системы менеджмента качества услуг ЖКХ необходимо проведение самооценки состояния функционирования ЖКХ в области качества.

Формирование методики самооценки качества функционирования жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ). Теоретической и методической основой этапов самооценки менеджмента качества ЖКХ и критериев их оценки является Европейская премия за качество, как наиболее универсальная и распространенная во всем мире. В соответствие с ней оценка менеджмента качества ЖКХ происходит по девяти критериям, каждый из которых имеет собственный «вес»: РУКОВОДСТВО – Р (10 усл. ед.); ПОЛИТИКА И СТРАТЕГИЯ – ПС (8 усл. ед.); УПРАВЛЕНИЕ ЛЮДЬМИ – УЛ (9 усл. ед.); РЕСУРСЫ – Рес. (9 усл. ед.); ПРОЦЕССЫ – П (14 усл. ед.); УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ЗАКАЗЧИКОВ – УЗ (20 усл. ед.); УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА – УП (9 усл. ед.); ВЛИЯНИЕ НА ОБЩЕСТВО – ВО (6 усл. ед.); РЕЗУЛЬТАТЫ БИЗНЕСА – РБ (15 усл. ед.). Для оценки каждого критерия используется метод, предложенный одной из английских компаний, занимающейся производством ядерного топлива, в соответствии с которым оценка каждого критерия осуществляется по десяти показателям.*

Каждый показатель в соответствии с Европейской премией качества может принимать следующие значения в баллах: 0,00 баллов – не предпринято никаких действий по разработке или внедрению плана мероприятий, связанных с реализацией данного показателя; 0,25 балла – разработан метод решения задачи и начата его реализация, имеются определенные доказательства, что благодаря методу достигнут желаемый эффект; 0,50 балла – метод внедрен приблизительно в половине подразделений, негативные тенденции при этом выявлены и понятны; 0,75 балла – достижение поставленных целей в большинстве областей благодаря систематическому применению новых методов и подходов; 1,00 балл – метод утвержден, постоянно анализируется его применение, он стал составной частью регулярной деятельности. Оценка показателей критериев проводится в таблицах. Общая система менеджмента качества ЖКХ складывается из девяти основных критериев и 90 показателей входящих в них. Для подсчета итогового результата оценки по каждому критерию складывают баллы показателей каждого из них и умножают на его удельный вес:

$$\begin{aligned}
 1) \quad P &= 10 \sum_{i=1}^{10} P_i ; & 2) \quad ПС &= 8 \sum_{j=1}^{10} ПС_j ; & 3) \quad УЛ &= 9 \sum_{k=1}^{10} УЛ_k ; \\
 4) \quad Рес &= 9 \sum_{l=1}^{10} Рес_l ; & 5) \quad П &= 14 \sum_{m=1}^{10} П_m ; & 6) \quad УЗ &= 20 \sum_{n=1}^{10} УЗ_n ; \\
 7) \quad УП &= 9 \sum_{o=1}^{10} УП_o ; & 8) \quad ВО &= 6 \sum_{p=1}^{10} ВО_p ; & 9) \quad РБ &= 15 \sum_{r=1}^{10} РБ_r .
 \end{aligned}$$

Оценка менеджмента качества (К) ЖКХ в целом складывается из результатов оценки девяти критериев:

* Качалов В.А. Зарубежный опыт проведения самооценки деятельности в области качества // Стандарты и качество. 1997. № 5 С. 47 –

$$K = P + PC + UL + Pec + П + УЗ + УП + ВО + РБ .$$

Выявление особенностей формирования инструментария оценки качества принимаемых управленческих решений по этапам самооценки менеджмента качества ЖКХ позволило разработать рейтинговую шкалу баллов результатов самооценки (рис. 10), по которой выводится оценка состояния дел в области качества и выстраивается первоочередной вектор преодоления проблем менеджмента качества (табл. 1).

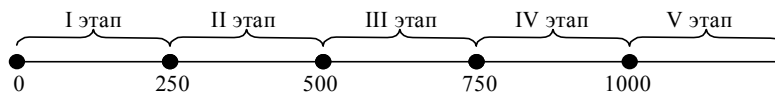


Рис. 10 Диапазоны результатов самооценки менеджмента качества ЖКХ
1 Этапы состояния менеджмента качества ЖКХ

Этапы развития менеджмента качества	Количество баллов по критериям самооценки	Общее положение дел в области качества
I	0 – 250 (0 – 25 %)	Деятельность не анализируется. Совершенствуются лишь отдельные области функционирования
II	250 – 500 (25 – 50 %)	Отдельные результаты показывают улучшение. Применяются новые подходы почти к половине направлений деятельности
III	500 – 750 (50 – 75 %)	Доказательства усовершенствования эффективности бизнеса. Достижение поставленных целей в большинстве областей

IV	750 – 1000 (75 – 100%)	Систематическое применение новых подходов, методов во всех сферах деятельности за несколько последних лет. Лидирующие позиции и их сохранение налицо
V	1000; + ∞ (100 % и более)	Пересмотр критериев самооценки, учитывающий новые тенденции развития предприятия и экономики. Пример для других предприятий

Следующий этап самооценки – это представление относительной важности проблем предприятия с целью выбора «стартовой» точки для их решения при помощи диаграммы Парето – особой формы вертикального столбикового графика, которая позволяет выявить первоочередные проблемы и выбрать порядок их решения. Для ее построения использованы дефекты найденные при помощи первоначальной самооценки критериев менеджмента качества ЖКХ (табл. 2). После этого строится диаграмма Парето, которая отображает дефекты менеджмента качества ЖКХ (рис. 11).

Из кривой Лоренца (рис. 11, б), характеризующей накопление конфликтов в зависимости от весомости критерия следует, что, подчиняясь закону «80/20» необходимо в первую очередь, все усилия направить на устранение дефектов (негативных причин, ошибок) в критериях, имеющих совокупную весомость в появлении дефектов, равную 80 %: удовлетворение заказчиков; результаты бизнеса; процессы; руководство; управление людьми; ресурсы. В дальнейшем каждый из



а)



б)

Рис. 11. Диаграмма Парето проблем менеджмента качества ЖКХ г. Тамбова:

а – проблемы менеджмента качества ЖКХ в единицах;

б – проблемы менеджмента качества ЖКХ в процентах нарастающим итогом

наиболее негативных по оценке критериев анализируется аналогичным образом. В результате этого выявляются наиболее опасные дефекты менеджмента качества ЖКХ, требующие принятия оперативных мер. Все выше изложенное позволяет построить причинно-следственную диаграмму (диаграмму Исикава) для анализа менеджмента качества предприятия. Построение диаграммы Исикава осуществляется разложением главных факторов, оп-

ределяющих итоговый результат анализируемого показателя, на более простые факторы (рис. 12). На ней динамично представлены проблемы менеджмента качества ЖКХ. Эти проблемы записаны справа налево по убыванию их значимости. Самым близким к «хребту» несоответствиям следует уделить наибольшее внимание.

Целью разработки и внедрения системы управления качеством услуг является упорядочение деятельности Муниципального заказчика, Генерального заказчика и исполнителей муниципального заказа предоставлению потребителям качественных услуг, повысить прозрачность и эффективность договорных отношений при исполнении муниципального заказа.

Кардинальное решение задач повышения качества услуг возможно лишь на основе разработки комплексного подхода к проблеме.

Основой формирования системы повышения качества жилищных услуг (ЖУ) является паспортизация жилищного фонда и классификация ЖУ, видов работ по предоставлению услуг. В паспорте жилого дома обозначаются параметры элементов дома, их проектные и фактические значения, минимальные сроки эффективной эксплуатации, обеспечивающих безопасные и комфортные условия проживания населения; проводятся отметки о ремонтах и заменах жилого дома и внутридомового оборудования, представляются рыночная стоимость квартир и жилого дома в целом.

Классификация, назначение, виды, параметры и показатели качества ЖУ должны быть предоставлены в Правилах по предоставлению ЖУ. Классификация, назначение, виды, показатели качества работ по предоставлению ЖУ должны быть представлены в стандартах работ по предоставлению ЖУ.

Система управления качеством должна характеризоваться составом участников, а также распределением между ними функций и задач, необходимых для выполнения средств (комплекса нормативно-технической документации, средств сбора, обработки и передачи информации и т.д.).

Проект системы представляет собой совокупность мероприятий, методов и средств направленных на обеспечение необходимого уровня сохранности и развития жилищного фонда (ЖФ), повышения уровня безопасного и комфортного проживания населения в жилых домах, на обеспечение разработки стандарта качества предоставления ЖУ по потребителям. Система должна обеспечивать эффективное использование материально-технических, топливно-энергетических и трудовых ресурсов, прогрессивных методов организации труда у участников выполнения муниципального заказа. В проекте определены следующие функции управления качеством ЖФ.

Список литературы

- 1 Савин К.Н. Рекомендации по применению концепции реформы жилищно-коммунального хозяйства. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2003.
- 2 Савин К.Н. Влияние налогового кодекса РФ на финансовое положение предприятий ЖКХ: Сб. статей. Тамбов: Тамбовский филиал Московского университета МВД РФ, 2003.
- 3 Савин К.Н. Управление жилищным фондом: Сб. статей. Тамбов: Тамбовский филиал Московского университета МВД РФ, 2003.
- 4 Савин К.Н. Принципы эффективного тарифного регулирования коммунальных предприятий. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2003.
- 5 Савин К.Н. Рыночные механизмы функционирования жилищного хозяйства // Математические и инструментальные методы экономического анализа: управление качеством: Сб. науч. тр. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2003. Вып. 6.
- 6 Савин К.Н. Эволюционное развитие жилищно-коммунального хозяйства // Математические и инструментальные методы экономического анализа: управление качеством: Сб. науч. тр. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2003. Вып. 6.
- 7 Савин К.Н. Структурно-институциональная динамика жилищно-коммунального хозяйства // Математические и инструментальные методы экономического анализа: управление качеством: Сб. науч. тр. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2003. Вып. 6.
- 8 Савин К.Н. Институциональные регуляторы жилищно-коммунального хозяйства // Математические и инструментальные методы экономического анализа: управление качеством: Сб. науч. тр. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2003. Вып. 7.
- 9 Савин К.Н. Институционально-структурные сдвиги жилищно-коммунального хозяйства // Математические и инструментальные методы экономического анализа: управление качеством: Сб. науч. тр. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2003. Вып. 8.
- 10 Савин К.Н. Рыночный механизм реструктурирования ЖКХ крупных промышленных центров // Современное состояние и перспективы развития экономики России: Сб. материалов Всероссийской науч.-практич. конф. Пенза, 2003.
- 11 Савин К.Н. Реформа ЖКХ и институциональный подход к ее решению // Управление развитием региональных экономических систем: Сб. науч. тр. Киров: Изд-во ВятГУ, 2003.

Н.П. Сапожников

КАЧЕСТВО БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Эволюционная теория развития экономических процессов и явлений предполагает рассмотрение коммерческого банка как предприятия особого рода, производящего услуги. Динамика понятийного ап-

парата «услуга» (табл. 1) [1] позволяет выявить семантику слова «service» (услуга) через следующие ее отличительные свойства применительно к банковской сфере:

- 1) деятельность по оказанию потребителю (клиенту) помощи или содействия в получении прибыли;
- 2) система, удовлетворяющая определенным потребностям;
- 3) квалифицированная помощь или ответ, подходящий для повседневного использования.

Институционально-структурные сдвиги финансово-кредитной сферы экономики России как института качества (рис. 1)* формируют «стартовое» качество банковских услуг.

В экономической теории существует спектр модификаций понятия качества, появление которых обусловлено сложным, комплексным характером этого феномена (рис. 2, табл. 2) [3].

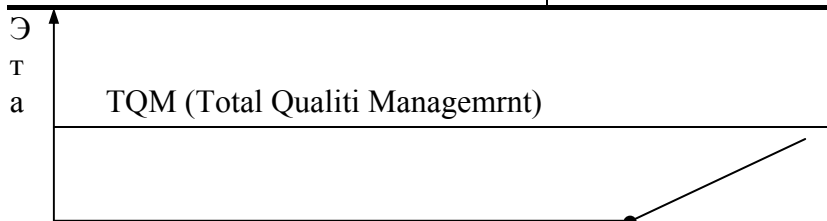
Категория качества возникла и наполнилась содержанием в процессе общественно-трудовой деятельности человечества.

Содержание категории качества, как и других категорий, весьма сложно, оно включает в себя ряд моментов. Не случайно, что определение этой категории оказывается очень нелегким делом, так как существовали в прошлом и имеются в настоящее время различные определения качества.

Качество банковских услуг в соответствии с требованиями концепции TQM и международных стандартов качества ИСО 9000–2000 и ИСО 14000 – степень, с которой совокупность собственных характеристик банковских услуг выполняет требования. В этой связи качество банковских услуг может быть плохое, хорошее или отличное. Характеристика банковской услуги может быть собственной или присвоенной, качественной или количественной. Главным отличительным признаком банковской услуги, по мнению П. Роуза, является сетевое перемещение финансовой информации, формирующей поле качества услуги.

* Данные получены из изданий органов статистики Российской Федерации и результатов исследований А.В. Потаповой [2].

Семантическое определение	Источник
Помощь, пособие или угождение	Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. М.: Русский язык, 1991. С. 512
Действие, приносящее пользу другому	Ожогов С.И. Словарь русского языка. М.: СЭ, 1980. С. 826
Все виды труда, непосредственно не занятые изменением и приобретением форм материи и сил природы. Это виды труда, которые посредством обслуживания самого потребления вещей, направлены на удовлетворение разнообразных индивидуальных запросов населения	Финансово-кредитный словарь. М.: Финансы и статистика, 1994. С. 256
Виды деятельности, работ в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в виде деятельности	Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 1997. С. 352
<p>РЕЗУЛЬТАТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИСПОЛНИТЕЛЯ И ПОТРЕБИТЕЛЯ И СОБСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИСПОЛНИТЕЛЯ ПО УДОВЛЕТВОРЕНИЮ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЯ. ПО ФУНКЦИОНАЛЬНОМУ НАЗНАЧЕНИЮ УСЛУГИ, ОКАЗЫВАЕМЫЕ НАСЕЛЕНИЮ, ПОДРАЗДЕЛЯЮТСЯ НА ДВЕ ГРУППЫ:</p> <p>1) материальные, обеспечивающие восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказам граждан, а также перевозку грузов и людей, торговые, банковские услуги и т.п.;</p> <p>2) нематериальные (социально-культурные), обеспечивающие поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства и т.п.</p>	Мишин В.М. Управление качеством. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. С. 298



п						
ы	Динамическая экономическая категория					
п						
о						
н	Статическая экономическая категория			А. Шадрин		
я				Б. Герасимов		
т				ИСО 9000–2000		
и			Д. Львов	С. Спиридонов		
й	Философская		А. Гличев	А. Сизикин		
н	категория		А. Субетто	Н. Сапожников		
о			Д. Джуран			
г		В. Шьюхард	К. Исикава			
о	Философская	Х. Додж	Т. Тагути			
а	категория	Х. Ромич				
а		Н. Бухарин				
п		К. Маркс				
п		К. Менгер				
а	Аристотель	Л. Вальрас				
р	Д. Локк	В. Парето				
а	Гегель	Е. Слуцкий				
т						
а						
		1849	1896	1938	1989	Год
		1	2	3	4	5

Рис. 2 Динамика понятийного аппарата «качество»:
 1 – 5 – парадигмы качества; 1 – философская; 2 – механистическая;
 3 – кибернетическая; 4 – системная; 5 – информационная;
 TQM – концепция всеобщего менеджмента качества

2 Динамика понятийного аппарата «качество»

Автор	Формирование термина «качество»	Парадигма качества	Категория
Аристотель (III в. до н.э.)	⇒ Различие между предметами Дифференциация по признаку «хороший-плохой»	Философская	Философская

Продолжение табл. 2

Автор	Формирование термина «качество»	Парадигма качества	Категория
Гегель (XIX в.)	⇒ Качество есть, в первую очередь тождественная с бытием определенность, так что нечто перестает быть тем, что оно есть, когда оно теряет	Философская	Философская

	свое качество		
Китай-ская версия	Иероглиф, обозначающий качество, состоит из двух элементов «равновесие» и «деньги» (качество = равновесие + + деньги)	Философская	Философская
К. Маркс (XIX в.)	Потребительные стоимости «оцениваются», т.е. исследуется их качество (точно так же, как количество их измеряется, взвешивается и т.п.)	Механистическая	Философская
В. Шьюхард (1931 г.)	Качество имеет два аспекта: 1) объективные физические характеристики; 2) субъективная сторона: насколько вещь хороша	Кибернетическая	Философская
К. Исикава (1950 г.)	Качество, свойство реально удовлетворяющее потребителей	Системная	Статическая экономическая
Д. Джуран (1979 г.)	⇒ Пригодность для использования (соответствие назначению) ⇒ Субъективная сторона: качество есть степень удовлетворения потребителя	Системная	Статическая экономическая
ГОСТ 15467–79	Качество продукции – совокупность свойства продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением	Системная	Статическая экономическая

Продолжение табл. 2

Автор	Формирование термина «качество»	Парадигма качества	Категория
Международный стандарт ИСО 8402–86	Качество – совокупность свойств и характеристик продукции или услуг, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности	Системная	Статическая экономическая
Международный	Качество – совокупность характеристик объекта, относящихся к его спо-	Информацион-	Статическая экономическая

стандарт ИСО 8402–94	способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности	ная	миче-ская
А. Шадрин (1996 г.)	Качество – информация о свойствах объекта	Информационная	Динамиче-ская эконо-миче-ская
Б. Герасимов (1998 г.)	Качество – информация о характеристиках объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности	Информационная	Динамиче-ская эконо-миче-ская
Международный стандарт ИСО 9000–2000	Качество – степень, с которой совокупность собственных характеристик выполняет требования	Информационная	Динамиче-ская эконо-миче-ская
Б. Герасимов, С. Спиридонов (2002 г.)	Качество – комплексное явление, формирующее соответствующие экономические и исторические формы общественных отношений между производителями и потребителями в целях удовлетворения как индивидуальных так и общественных потребностей	Информационная	Динамиче-ская эконо-миче-ская

Продолжение табл. 2

Автор	Формирование термина «качество»	Парадигма качества	Категория
Б. Герасимов, С. Спиридонов, А. Сизикин, Н. Сапожников (2003 г.)	Качество – система экономических отношений и связей по поводу производства благ, товаров и услуг. Эти отношения отражают потребительские, эстетические, конкурентные, экономические характеристики, соответствующие современному уровню развития техники и технологии, спроса и предложения, форм ры-	Информационная	Динамиче-ская эконо-миче-ская

	ночных связей и т.п.		
Б. Герасимов, Н. Сапожников (2004 г.)	Качество – информация отображения совокупности собственных характеристик объекта, выполняющих требования рыночной конъюнктуры	Информационная	Динамическая экономическая

Классификация банковских услуг основана на ряде критериев, характеризующих особенности их предоставления клиентам. В их числе [1]:

а) направленность на удовлетворение потребностей клиента:

- прямые услуги (direct services), удовлетворяющие непосредственные пожелания клиента (платежные, коммерческие, инвестиционные услуги);
- косвенные или сопутствующие услуги (related service), облегчающие или делающие более удобным предоставление прямых услуг без получения клиентом дополнительной прибыли [клиринговые услуги, телефонное управление счетом (домашний банк), консультационные услуги, выдача пластиковой карточки на базе депозитного счета];

• услуги, приносящие дополнительный доход или снижение издержек (added-value services) при использовании прямых услуг (инвестирование текущих остатков по счетам в однодневные депозиты – овернайт, услуги банка при организации сделки под гарантию Агентства экспортного кредитования);

б) сегментация по группам клиентов. Исходя из степени сложности, существует следующая градация сложности банковских продуктов:

1-й уровень – продукты и услуги, которые могут быть востребованы большим количеством потребителей (открытие счетов, управление денежной наличностью, клиринговые услуги);

2-й уровень – услуги, требующие специального уровня подготовки банковских кадров (управление активами, инвестиционные услуги);

3-й уровень – услуги, требующие профессиональных знаний в области использования услуг (услуги в области корпоративных финансов, управление смешанными активами);

4-й уровень – услуги, требующие специальных знаний в сфере финансового планирования, финансового инжиниринга.

К особенностям качества банковских услуг необходимо отнести:

- 1) качество услуг трудно оценить численно;
- 2) потребитель услуг (клиент) сам является участником технологии ее выполнения;
- 3) мала достоверность предварительной аттестации качества услуги;
- 4) услуги не складываются, оперативно реализуются, сразу получаются клиентом;
- 5) услуги не могут иметь чисто материальный вид;
- 6) применительно к конкретному клиенту нельзя сначала попробовать качество услуги (испытать), а потом вновь ее правильное оказать;
- 7) качество услуги, как правило, комплексно, т.е. важно качество каждой подуслуги [14].

В связи с этим для услуг существует специфический набор показателей качества банковских услуг [4].

- 1 Качество материальных элементов, используемых при оказании услуги.
- 2 Надежность оказываемой услуги (например, при оказании банковской услуги – гарантированность получения вклада клиентом).
- 3 Своевременность – обеспечение предоставления услуги строго в нужное клиенту время.
- 4 Полнота – предоставление клиенту услуги в полном объеме.
- 5 Социально-психологический показатель, определяющий вежливость по отношению к клиенту, его комфортность, т.е. гибкость и предусмотрительность сотрудников, степень гармоничной увязки с оперативными запросами и положениями клиентов.
- 6 Доступность – возможность клиентов без дополнительных проблем воспользоваться предполагаемой ему фирмой услугой.
- 7 Коммуникабельность – обеспечиваемая фирмой, предоставляющей услугу, возможность простых и оперативных, информационных и материальных обменов.

8 Безопасность, т.е. гарантирование того, что предлагаемая услуга не причинит вреда жизни и здоровью клиента, будет безвредна для окружающей среды.

Особенности показателей качества услуги связаны со специфичностью оценки ее качества клиентом в процессе оказания услуги. На рис. 3 приведен процесс оценки качества услуги [4].

Как видно из данного рисунка, клиент, оценивая предоставляемую услугу, сравнивает ее фактическое качество с тем, которое им ожидалось. Как правило, потенциальный потребитель услуги осознанно обращается именно к данному производителю услуг. В его сознании под действием собственного опыта или опыта других лиц, рекламы и оценок в различных источниках информации создается определенный имидж ожидаемой банковской услуги.

Именно от того, в какой степени фактическое качество услуги будет соответствовать данному имиджу, и будет зависеть, как «оценит ее качество клиент», останется он постоянным клиентом данного банка или в дальнейшем обратится к его конкурентам. Все это необходимо учитывать, оценивая качество услуги при ее разработке и совершенствовании.

На рис. 4 [4] представлены основные проблемы, связанные с качеством банковских услуг, возникающие в условиях рынка потребителя. Следует указать, что многие из них существуют и в условиях экономики с централизованным планированием. Однако в условиях жесткой конкуренции приведенные проблемы особенно обостряются, определяя будущее банков, выходящих на рынки сбыта со своими услугами. Сертификация явилась средством, помогающим решать проблемы гарантирования качества банковских услуг.

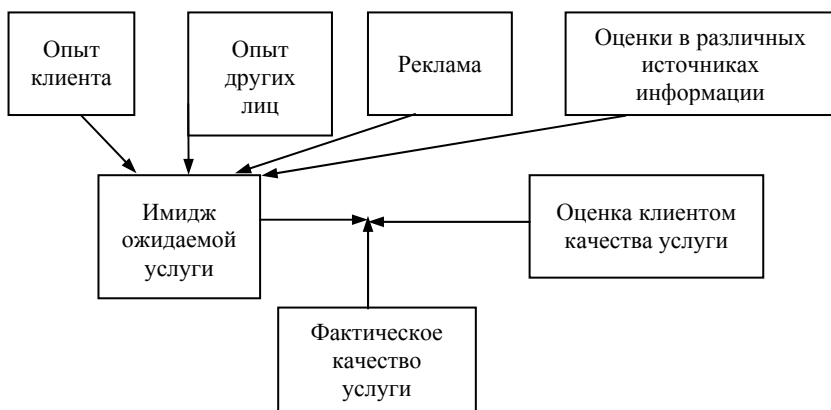


Рис. 3 Реальный процесс оценки качества банковской услуги



Рис. 4 Проблемы гарантирования качества банковских услуг в условиях рынка потребителя

На рис. 5 [4] показаны процессы управления, улучшения и гарантирования качества банковских услуг. Как из него следует, с помощью непрерывных процессов управления качеством – цикла PDCA, состоящего из последовательных фаз: P (Plan) – планирования (определение целей и задач, определение способов достижения целей), D (Do) – выполнения (обучение и подготовка кадров, проведение работ), проверки C (Check) – определение и оценка результатов выполненных работ и A (Activity) – действия (разработка и реализация управляющих воздействий) – банки добиваются непрерывного улучшения качества услуг [4].

Однако достигнутый банком уровень качества услуг необходимо закрепить с помощью институциональной процедуры сертификации, обеспечив соответствующее гарантирование.

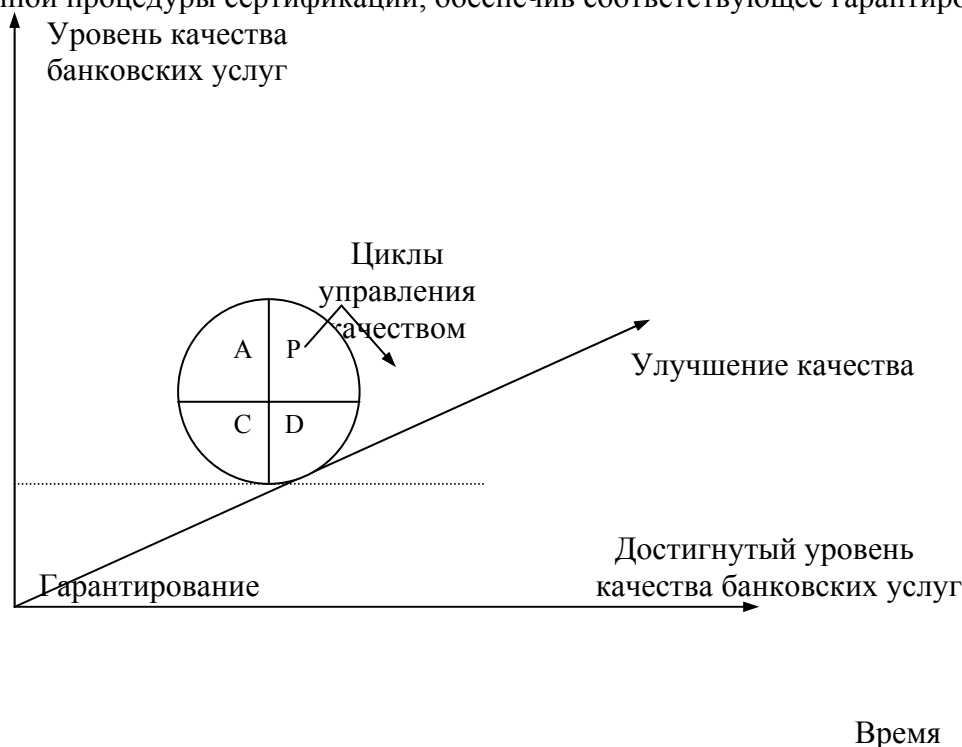


Рис. 5 Процессы управления, улучшения и гарантирования качества банковских услуг

Список литературы

- 1 Иванов А.Н. Банковские услуги: зарубежный и российский опыт. М.: Финансы и статистика, 2002. 176 с.
- 2 Потапова А.В. Структурно-институциональные сдвиги в Российской экономике. М.: «Московская окраина», 2001. 172 с.
- 3 Герасимов Б.И., Спиридонов С.П. Анализ качества М.: Машиностроение, 2003.
- 4 Аристов О.В. Управление качеством. М.: ИНФРА-М, 2003. 240 с.

С.А. Бороненкова

КЛАССИФИКАЦИЯ И ПЕРЕЧЕНЬ АНАЛИТИЧЕСКИХ ЗАДАЧ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Под системой аналитического обеспечения управления (САО) понимается совокупность методов и средств экономического анализа, обеспечивающих возможность оценки состояния объекта управления, перспектив его развития и повышения эффективности производства и управления.

САО выступает как элемент информационно-управляющей системы, выделенный по определенному, функциональному признаку и позволяющий централизовать выполнение одной из функций управления – экономического анализа на базе единой системы информации. На входе системы имеются: информация о состоянии внешней среды, указания вышестоящих органов управления, внутренняя информация о состоянии объекта управления. На выходе из системы – то же информация, но логически осмысленная, определенным образом синтезированная, преобразованная с помощью специальных приемов, пригодная для обоснованного принятия решений.

Объектом САО является производственно-хозяйственная деятельность предприятия, все происходящие в ней процессы и операции. Точнее, объектом экономического анализа в системе управления предприятием (СУП) являются объекты управления: ресурсы, результаты деятельности, стадии кругооборота на предприятии (табл. 1). Последнее положение взято за основу определения структуры САО и перечня аналитических задач.

Система аналитического обеспечения представляет собой объединенные в блоки аналитические задачи.

Под задачей понимается элемент блока, имеющий определенное содержание, соответствующий алгоритм решения, заданную периодичность выполнения, количественную определенность взаимосвязи параметров и переменных. От полноты выявленного круга задач зависит правильность формирования информационного массива, а очередность решения задач определяет эффективность использования информации. Выявление всего круга аналитических задач теснейшим образом связано с их классификацией. В основу классификации могут быть положены различные признаки, но главными являются следующие.

1 В зависимости от участия в процессе управления (принятия решения) и сложившихся временных стадий управления (перспективное, текущее, оперативное) все аналитические задачи разбиты на два типа:

- 1) обеспечивающие принятие решения в отчетном периоде;
- 2) связанные с подготовкой перспективных решений.

Внутри первого типа задач выделяются такие направления:

- анализ качества, исходной информационной базы анализа – обоснованности плановых, согласованности и достоверности отчетных показателей, стабильности и качества нормативной базы;
- анализ выполнения планов за отчетный период – анализ отклонений по показателям использования ресурсов и результатам хозяйственной деятельности; анализ факторов, определяющих отклонения;
- оперативный анализ отклонений от заданий – оперативное выявление резервов производства с целью оперативного регулирования производственно-хозяйственной деятельности.

Второй тип задач связан с подготовкой решений на следующий период, или более отдаленную перспективу и включает такие направления:

- анализ резервов на всех стадиях производства как база разработки обоснованных плановых заданий – это резервы, связанные с совершенствованием организационно-технического уровня производства, конструкции изделий, с лучшим использованием ресурсов производства;
- анализ общих тенденций и динамики развития процессов производственно-хозяйственной деятельности предприятия, факторный анализ формирования основных показателей в динамике, анализ динамики процессов;
- прогнозирование и моделирование развития показателей производственно-хозяйственной деятельности предприятия, путей совершенствования научно-технического прогресса, перспектив развития производства отдельных видов продукции, возможного прироста производства, необходимости и целесообразности реконструкции предприятия, тенденции обеспечения средствами и предметами труда, тенденции изменения результатов производственно-хозяйственной деятельности;
- анализ вариантов подготовленных решений, оценка их эффективности.

Выделение типовых элементов аналитических задач позволяет унифицировать методы решения различных типов задач.

2 По содержанию аналитические задачи можно разделить на такие группы:

- оценка результатов деятельности предприятия;
- анализ влияния различных факторов;
- анализ резервов повышения эффективности;
- анализ общих тенденций развития экономических процессов;
- анализ вариантов подготовленных решений и оценка их эффективности;
- анализ качества информационной базы.

Целый ряд признаков классификации аналитических задач связан с устоявшейся общепринятой классификацией видов анализа.

3 По временным периодам выделяются: предварительный анализ, предшествующий принятию решения, оперативный в ходе его осуществления и последующий, связанный с оценкой реализации решения.

4 По объектам внутри предприятия возможна классификация задач:

- по участию в производственном процессе – основное производство, обслуживающие производства, вспомогательные;

- по подразделениям – предприятие, цех, отдел, служба, участок, рабочее место;
- по видам производства – литейное, кузнечное, механическое и др.

5 По полноте охвата выделяются задачи комплексные и тематические (локальные).

6 По повторяемости – периодические, постоянно возобновляющиеся через определенные промежутки времени, и разовые.

7 По внешним связям – задачи внутрихозяйственные и межхозяйственные, требующие учета сложившихся между предприятиями связей, пропорций, соотношений.

8 По информационным связям задачи можно разделить на два пересекающихся класса: локальные, не имеющие информационных связей, и системные или информационно-взаимосвязанные.

9 По степени регулярности решения задачи можно подразделить на:

- имеющие строго определенную дату решения;
- решаемые на временном интервале, для которых возможен определенный сдвиг в решении;
- задачи, в которых известно, что они должны быть решены на достаточно большом промежутке времени;

• задачи, решение которых не было ранее предусмотрено, но либо появилась возможность их решения в связи с упорядочением массива информации, либо обнаружилась необходимость их решения.

10 По применяемому методу исследования задачи можно подразделить на решение с применением традиционных методов, математико-статистических и оптимизационных.

11 По степени применимости в автоматизированных системах задачи можно разделить на три группы:

1) задачи, которые по своей постановке и методам решения не зависят от типа производства и характера выпускаемой продукции;

2) задачи, которые имеют определенные различия в методах решения и могут быть использованы на предприятиях или в целях лишь с некоторыми алгоритмическими и программными трансформациями;

3) задачи, которые характерны для отдельных производств, имеющих специфические особенности и должны разрабатываться для групп стереотипных предприятий.

12 По степени новизны можно выделить принципиально новые задачи, решение, которых возможно только с помощью ЭВМ.

13 По уровню стандартизации выделяются задачи:

• нестандартные, разовые, для которых нет устоявшейся методики решения, системы показателей, факторов, информации, математического обеспечения;

• частично поддающиеся стандартизации – это задачи, в которых можно выделить типовые моменты;

• частично стандартная задача разбивается на две части:

– нестандартная, требует определенного решения и соответствующего индивидуального подхода, и соответственно больше времени для решения;

– стандартные задачи – периодически возобновляющиеся, охватывающие известные типы ситуаций с устоявшейся методикой анализа, с известной системой факторов и показателей, определенными информационными связями, разработанными и опробованными методами решения.

Реализация этой классификации позволяет унифицировать методы решения отдельных задач, значительно сократить поток информации и дает возможность типового проектирования аналитического обеспечения, так как стандартные задачи будут нуждаться в минимальной корректировке в условиях конкретного предприятия. Кроме того, стандартизация анализа позволяет значительно сократить объем входящей и исходящей информации.

14 По степени механизации расчетов выделяются задачи, выполняемые полностью на ЭВМ, с применением ЭВМ, вручную.

15 По степени детализации анализа факторов и причин различаются задачи с разным уровнем глубины проработки.

В соответствии с указанными принципами, с учетом всех признаков классификации разрабатывается перечень аналитических задач. Затем задачи группируются по экономическому содержанию в комплексы внутри блоков управляющей и управляемой систем. Далее задачи закрепляются за исполнителями и потребителями на основе подробного изучения функций служб и отделов, характера обрабатываемой внутри отдела и службы информации и содержания исходящих документов. Часть функций каждого отдела или службы может быть реализована только с привлечением результатов экономического анализа.

Группировка в комплексы и уточнение перечня аналитических задач осуществляются в соответст-

вии с существующей на предприятии системой смет, бюджетов, планов, содержанием внешней и внутренней отчетности и другой информации, чтобы как можно полнее обеспечить выполнение аналитических функций управления предприятием.

Примерное соответствие, которое необходимо между составом аналитических задач, учетом и некоторыми планами предприятия, представлено в табл. 2.

Большинство задач укрупненных комплексов для их технической реализации на ЭВМ требуют разукрупнения с тем, чтобы каждой задаче соответствовали один или два выходных документа.

2 Соответствие планов, участков учета и блоков анализа

Система планов	Участки учета	Блоки анализа
Планирование основных показателей	Учет основных показателей	Анализ основных показателей
План производства и реализации продукции	Учет производства и реализации продукции	Анализа производства и реализации продукции
План технического развития и организации производства	Учет технического развития и организации производства	Анализ технического развития и организации производства
План повышения экономической эффективности производства	Учет повышения экономической эффективности производства	Анализ повышения экономической эффективности производства
План по нормам и нормативам	Учет норм и нормативов	Анализ норм и нормативов
План капитальных вложений и капитального строительства	Учет капитальных вложений и капитального строительства	Анализ капитальных вложений и капитального строительства
План материально-технического обеспечения	Учет материально-технического обеспечения	Анализ материально-технического обеспечения
План по труду и кадрам	Учет труда и кадров	Анализ труда и кадров
План по себестоимости, прибыли и рентабельности	Учет фондов экономического стимулирования	Анализ фондов экономического стимулирования
План по фондам экономического стимулирования	Учет выполнения финансового плана	Анализ выполнения финансового плана

Необходимость разукрупнения комплексов аналитических задач определяется следующими моментами:

- планируется ли подсистема аналитического обеспечения как самостоятельная с широким охватом аналитических вопросов или предусматривается включение только отдельных аналитических задач в действующие или проектируемые подсистемы СУП;
- насколько соответствуют в проектируемой или действующей СУП база данных, в особенности подсистемы учета и планирования, между собой и обеспечивают запросы экономического анализа;
- величиной затрат труда и средств труда для создания информационной базы экономического

анализа;

- сложностью аналитических расчетов, степенью потребности в них, частотой запросов, требованиями к аналитическим результатам. Окончательный состав разукрупненных задач, содержание и характер выходных документов, необходимая входная информация зависят от принятой методики и конкретной программы анализа по данному вопросу.

Распределение аналитических задач по стадиям процесса, принятия решения представлено в табл.

Взаимосвязь различных типов аналитических задач с видами управленческих решений дана в табл.

4.

Распределение аналитических задач по уровням принятия решения показано на рис. 1.

На всех уровнях системы принимаются решения, соответствующие имеющейся информации и производственной необходимости. На каждом из указанных уровней экономический анализ различается соответственно имеющейся информацией и характером управленческих решений по содержанию, объектам, методам, конкретным задачам при общей единой цели.

Информационные взаимосвязи определяют формирование информационного обеспечения САО. Изучение информационной взаимосвязи аналитических задач позволяет устранить дублирование информации и установить целесообразную очередность их решения.

В соответствии с иерархической структурой управления различают иерархическую структуру задач и информационного обеспечения экономического анализа.

Выявление взаимосвязей аналитических задач возможно на основании установления информационных входов и выходов по каждой из них. При этом необходимая для данной задачи информация (вход) определяется системой показателей и факторов, методикой анализа. На входную информацию может быть поставлено ограничение: максимальное использование уже сложившихся на предприятии массивов информации, что накладывает отпечаток на выбор методики и приемов решения задачи.

Выходные данные определяются общей и частными целями решения задачи и включают информацию, непосредственно идущую для принятия решения или являющуюся входом для других задач.

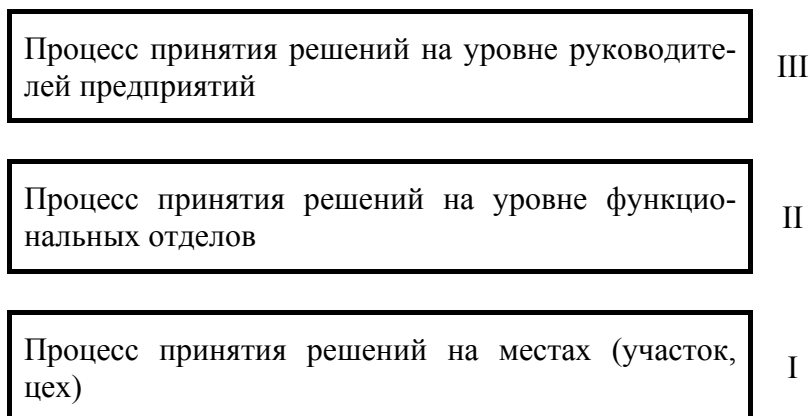


РИС. 1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АНАЛИТИЧЕСКИХ ЗАДАЧ ПО УРОВНЯМ ПРИНЯТИЯ ЗАДАЧ

Выявление информационных входов и выходов позволяет представить информационную сеть аналитического обеспечения. Так, с помощью информационной матрицы и графа изучалась взаимосвязь аналитических задач, направленных на обеспечение принятия решений в текущем периоде (годовых и оперативных).

Наиболее удобной формой изучения информационных связей задач является матрица. Предварительное изучение прямых информационных связей 168 аналитических задач в форме матрицы позволяет перейти к построению информационного графа.

Р.В. Жариков

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Математические модели в последнее время очень широко используются в управлении хозяйствующими объектами. Последние нами рассматриваются как логистические системы, включающие в себя следующие основные элементы: закупки, производство, сбыт. В этой связи различают закупочную, производственную и сбытовую логистики.

Известные американские ученые Д. Сток и М. Портер считают, что определение логистики вышло из тех узких рамок, которые ей предопределили специалисты в этой области и имеет большое значение в стратегическом и тактическом управлении предприятием.

Логистика является интегрированной системой управления материальными потоками на основе применения информационных технологий и оптимизационных управленческих решений, рассматривающая в единстве материальные потоки между хозяйствующими субъектами и внутри них и сопровождаемые информационными и финансовыми потоками с учетом минимизации общих затрат.

Логистическая система – это сложная структурированная экономическая система, которая состоит из отдельных элементов – звеньев, взаимосвязанных в едином процессе управления материальными и сопутствующими им потоками.

Логистическая система образует *логистическую цепь* – совокупность логистических звеньев, через которые проходит материальный поток. Главными звеньями логистической цепи являются: поставка сырья, материалов, полуфабрикатов и комплектующих изделий, хранение готовой продукции и материалов, производство товаров, распределение, включая отправку товаров со склада готовой продукции потребителю. Различают полные логистические цепи от поставщика ресурсов до конечного потребителя и отдельные логистические каналы.

Таким образом, логистика увязывает закупку материалов, производство и сбыт готовой продукции в единое целое, придавая отмеченной совокупности новое качество. Она призвана обеспечить, в каждый данный момент изготовление необходимой продукции и ее поставку в соответствии с заказом, пропор-

циональность в системе собственно производства, хранения и перевозок; сопряженность между стадиями товародвижения и их взаимодействие при минимально возможных затратах на выполнение логистических функций. Возможность снижения производственных затрат посредством создания логистических систем оценивает в 10 – 15 %.

В последние годы логистика тесно взаимодействует с маркетингом. Данное взаимодействие и дополнение друг друга можно проследить по следующей схеме (табл. 1).

Все перечисленные виды логистики пронизывает и объединяет информационный поток, который включает сбор данных о рынках, на которых работает предприятие, обработку, систематизацию, хранение и доступность информации. Эту подсистему логистики часто называют компьютерной или информационной логистикой. В некоторых литературных источниках выделяют транспортную логистику, которая входит составной частью во все ранее перечисленные.

Исходя из взаимосвязей и взаимозависимости отдельных видов логистики, по всей видимости, правомочнее говорить о различных функциональных областях логистики.

Учитывая взаимосвязи областей логистики можно констатировать наличие логистической цепи, по каналам которой проходят информационные, финансовые и материальные потоки. При этом обязательным условием функционирования логистической цепи является расстановка кадров. Логистическая цепь должна включать в себя все необходимые функциональные области и элементы в необходимых пропорциях, обусловленных видами деятельности, производимой продукцией и объемом ее реализации.

1 Взаимодействие маркетинга и логистики на предприятии

По маркетингу	По логистике
1 Объект исследований и разработок	
Рынки и конъюнктура товаров и услуг	Производственно-коммерческая деятельность предприятия
2 Предмет исследования и разработок	
Оптимизация рыночного поведения	Оптимизация потоковых процессов производственно-коммерческой деятельности
3 Методические средства исследований и разработок	
Методы и средства микро- и макроанализа – исследование конъюнктуры рынка и ее динамики	Синтез методов общей теории систем, кибернетики, исследования операций, прогностики микро- и макрологистики. Математические оптимизационные модели
4 Итоговые результаты	
Производственно-сбытовая стратегия: ассортиментная политика, объемы производства, сроки поставки, география рынка	Минимизация общих затрат производственно-коммерческой деятельности
5 Использование научного подхода к исследованию рынков	
Исследование рынков	Оптимизация процессовых потоков
Конкурентный статус предприятия на рынке	Оптимизация объема продаж и максимизация прибыли

В рыночных условиях хозяйствования логистику можно рассматривать как фактор повышения конкурентоспособности фирмы. Предприятие принявшее логистическую концепцию достигает более высокого показателя рентабельности инвестированного капитала (сумма основного и оборотного капитала). Повышение конкурентоспособности предприятия за счет логистики – процесс непрерывный, так как влияет на затраты, связанные с закупкой, транспортировкой, производством и сбытом.

Математические модели в коммерческой логистике. Основной целью (миссией) коммерческой (закупочной) логистики является полное и непрерывное удовлетворение потребностей производства в сырье, материалах, полуфабрикатах, энергии и комплектующих изделиях с минимальными затратами. Достижение указанной цели зависит от решения целого ряда задач. В обобщенном виде эти задачи можно сгруппировать следующим образом.

1 Закупки сырья и комплектующих изделий в установленные сроки. Материалы, закупленные ранее намеченного срока, ложатся дополнительной нагрузкой на оборотные фонды предприятий, а опоздание в закупках может нарушить условия непрерывности производственного процесса.

2 Обеспечение точного соответствия между количеством поставок и потребностями в них. Избыток или недостаточное количество поставляемых материальных ресурсов негативно влияет на устойчивость выпуска продукции и, кроме того, может вызвать дополнительные расходы.

3 Соблюдение требований производства по качеству сырья и комплектующих изделий.

К основным принципам коммерческой логистики можно отнести принципы непрерывности, целостности, программности, гибкости и оптимальности закупок с наименьшими затратами.

Функцией коммерческой логистики является поиск поставщика, закупка, формирование запасов, качественное снабжение всеми видами ресурсов своевременно и в необходимых количествах, распределение их по потребителям или видам производства.

Основу экономической эффективности закупочной логистики составляют поиск и закупка необходимых материалов соответствующего качества по минимальным ценам. В изучении конъюнктуры рынка вопрос цен является главным, но существенную роль также играет анализ других факторов, в том числе логистических расходов и сроков поставок. Для оптового покупателя такое положение дел требует точного расчета издержек. Хотя степень влияния снабженческих издержек на уровень общих производственных затрат в трудоемких и капиталоемких отраслях не велика, расчет затрат на приобретение сырья и материалов во многом определяет дальнейшую стратегию производства и сбыта конечной продукции.

Разнообразное предложение товаров на рынках усложняет функции сферы закупок сырья и материалов. Эффективное осуществление закупок предполагает наличие обширной информации о рынках, где они осуществляются. Что же касается задач исследования рынка закупок, то они заключаются в регулярном сборе и анализе подробной информации в целях определения емкости рынка и оптимизации закупок. Исходным пунктом исследования рынка ресурсов являются заключенные договора на изготовление и поставку продукции, либо потенциальные потребности в продукции предприятия. Целью проведения исследования может стать снижение издержек, изменение в собственной программе сбыта, использования достижений технического прогресса, повышения удельного веса предприятия на рынке, конкурентной среды, надежности поставщиков. В свою очередь цель проведения исследований рынка закупок сырья и материалов определяет одновременно и тип рынков, которые должны быть исследованы. К таким рынкам относятся:

- непосредственные рынки (обеспечивающие потребности в сырье и материалах);
- опосредованные рынки (рынки, используемые поставщиками);
- рынки заменителей (полностью или частично заменяемых продуктов);
- новые рынки.

Полученная информация должна отражать такие рыночные категории, как предложение, спрос и рыночный баланс. На базе полученной информации определяются:

- динамика структуры исследуемого рынка;
- организация исследуемого рынка и ее предполагаемые изменения.

При проведении анализа важным инструментом исследования рынка закупок товаров производственного назначения являются запросы потенциальных потребителей. Используя запросы, рынок можно ориентировать на потенциальный спрос.

Исследования рынка закупок сырья и материалов могут рассматриваться внутри предприятия и как средство решения проблем, возникающих в научных исследованиях и конструкторских разработках, которые связаны с характеристиками нового сырья и комплектующих. Кроме того, необходимо иметь в виду, что важная информация об изменениях и тенденциях развития рынка закупок сырья и материалов может быть получена на основе внутривозвратной отчетности. Изучение рынка с целью закупок сырья и

комплектующих изделий проводится параллельно с разработкой новой продукции. Например, в машиностроении оно начинается и осуществляется на стадии конструирования изделий. При этом около 75 % затрат на производство продукции определяется в период проектирования и уже на этой стадии жизненного цикла товара можно ориентировочно определить затраты на его производство. Задача органов снабжения – обеспечить конструкторов необходимыми каталогами, описаниями, проспектами по профилю проводимой работы с целью их полной и объективной ориентации в применяемых материалах и комплектующих изделиях. Количество материалов, дата начала поставок и продолжительность периода их поступления зависят от производственных программ, которые, в свою очередь, определяются результатами изучения рынков сбыта. Как правило, между покупателем и продавцом происходит обмен данными, содержащими составляющие издержек производства, транспортные издержки и другие элементы, из которых складывается цена продукта закупок. Особенно широкое применение такая практика получила при заключении долгосрочных договоров о поставках.

Конъюнктурные и сезонные колебания цен, инфляция, изменение политико-экономической обстановки в производящих сырье регионах и другие факторы влияют на цену ресурсов. По этой и другим причинам предприятиям иногда выгодно создавать материальные запасы, а, например, в отраслях переработки сельскохозяйственной продукции (заводы по выработке сахара) предприятия вынуждены создавать максимально-возможные (по договоренности об оплате за поставки) запасы сырья.

Важной функцией служб снабжения является выбор поставщика ресурсов:

- от качества поставляемого сырья и материалов в значительной степени зависит качество, а значит и конкурентоспособность продукции;
- издержки на материалы (в машиностроении они составляют в себестоимости продукции от 45 до 75 %) формируют себестоимость и в дальнейшем цену продукции.

Логистика закупок (снабжения) представляет собой процесс движения сырья, материалов, комплектующих и запасных частей с рынка закупок до складов предприятия.

Качественное планирование и информационное обслуживание логистики снабжения решает двудединую задачу: необходимость бесперебойного снабжения производства и минимизация складских запасов.

Существует несколько методов закупок сырья и материалов, наиболее часто используемые из них следующие.

1 Закупка товара одной партией.

Метод оптовых закупок предполагает поставку товаров большой партией за один раз.

Преимущества метода: простота оформления документов, гарантия поставки всей партией, повышенные торговые скидки.

Недостатки: большая потребность в складских помещениях, повышенные издержки на хранение запасов, замедление оборачиваемости капитала.

2 Регулярные закупки мелкими партиями.

В этом случае покупатель заказывает необходимое количество товаров, которое поставляется ему партиями в течение определенного периода.

Преимущества метода: ускоряется оборачиваемость капитала, достигается экономия складских помещений; сокращаются затраты на документирование поставки, поскольку оформляется только заказ на всю поставку.

Недостатки: вероятность заказа избыточного количества, необходимость оплаты всего количества, определенного в заказе.

3 Ежедневные (ежемесячные) закупки по котировочным ведомостям.

Такой метод закупки широко используется там, где закупаются дешевые и быстро используемые товары.

При планировании закупок после определения потребности и расчета количества часто возникает необходимость принять решение о том, закупать ли те или иные материалы, комплектующие изделия, детали или производить на предприятии. Для принятия такого решения необходимо сопоставить затраты на закупку и на собственное производство. В целом затраты на закупку определяются ценой поставщика. Необходимо также учесть затраты на заказ, транспортировку, страховку и упаковку, складирование; обработку (переработку, сортировку и т.п.), зарплату персонала, связанного с закупками. Затраты на производство состоят из стоимости сырья, энергии, рабочей силы, хранения и накладных расходов. Сравнив затраты на собственное производство по каждому заказу с затратами на закупку, можно принять решение. При этом необходимо учесть, чем больше будет закупаться на стороне, тем выше будут постоянные затраты, приходящиеся на единицу изделия.

Решение в пользу производства на месте может быть принято и без помощи расчетов, например, если есть уверенность в том, что предприятие способно использовать свои основные фонды и персонал более эффективно, организовав производство некоторых деталей, необходимых для изготовления конечной продукции, сократив, кроме того, расходы на сырье, рабочую силу, энергию и складские помещения.

Принятие управленческих решений в области закупок определяется минимизацией затрат на выполнение заказа, на хранение запасов, на прямые закупки. При этом управляющими переменными величинами могут быть: размер закупаемой партии, частота закупок, период времени между закупками. Все эти величины взаимосвязаны и взаимозависимы. Математическая модель оптимизации выглядит следующим образом

$$C = \frac{C_1 Q}{q} + S Q + \frac{C_2 q}{2} \rightarrow \min, \quad (1)$$

где C – валовые издержки с учетом цены закупки, р.; C_1 – затраты, связанные с выполнением заказа, р.; C_2 – затраты на хранение запасов, р.; Q – потребление ресурса в расчетном периоде, шт.; q – размер поставляемой партии, шт.; n – количество поставок в расчетном периоде, шт.; S – цена закупки единицы ресурса, р.

Размер поставляемой партии можно определить по следующей формуле

$$q = \frac{Q}{n}. \quad (2)$$

Подставив в формулу (1) значение q , ее можно преобразовать и она примет вид

$$C = Q \left(\frac{C_1}{q} + S + \frac{C_2}{2n} \right). \quad (3)$$

Так как Q определяется нормой расхода и объемом производства, то ее величина для данных условий постоянна, тогда минимизировать затраты можно путем их снижения за счет другой части математической модели

$$\left(\frac{C_1}{q} + S + 0,5 \frac{C_2}{n} \right) \rightarrow \min. \quad (4)$$

В этом случае минимизировать можно все составляющие:

$$\frac{C_1}{q} \rightarrow \min; \quad S \rightarrow \min; \quad \frac{C_2}{n} \rightarrow \min. \quad (5)$$

Если учесть, что цена на ресурсы определяется спросом и предложением на рынке и предприятие не может влиять на ее величину, тогда без учета прямых затрат на закупку величина валовых издержек определится следующим образом

$$C = \frac{C_1 Q}{q} + C_2 \frac{q}{2}. \quad (6)$$

Для определения оптимальной величины закупаемой партии продифференцируем полученное уравнение относительно q и дифференциал приравняем к нулю:

$$\frac{dC}{dq} = -C_1 \frac{Q}{q^2} + \frac{C_2}{2} = 0. \quad (7)$$

Тогда оптимальный размер закупочной партии (формула Баумоля)

$$q_{\text{опт}} = \sqrt{\frac{2C_1 Q}{C_2}}. \quad (8)$$

В свою очередь оптимальное количество (частота) закупок можно определить

$$n_{\text{опт}} = \frac{Q}{q_{\text{опт}}} . \quad (9)$$

Время между двумя смежными поставками, T определится по формуле

$$T = 360 / n_{\text{опт}} . \quad (10)$$

Таким образом, использование математических моделей в принятии управленческих решений в области закупок позволяет определить три переменные величины: оптимальный размер закупаемой партии, период времени между закупками и частоту закупок, что позволяет принимать управленческие решения на основе количественных оценок.

Математические модели оптимизации производственных процессов. Оптимизация производственных процессов сводится к минимизации длительности технологического процесса (времени обработки партии деталей).

В условиях рыночной экономики выживаемость предприятий, завоевание ими конкурентных преимуществ возможны лишь при условии их гибкой адаптации к внешней среде и постоянном росте внутренних возможностей, которые определяются уровнем развития всех факторов производства: обеспеченность ресурсами (предметами и орудиями труда, организацией и технологиями), соответствующего квалификационного уровня кадрами, информацией, финансами.

Миссией производственной логистики является выполнение договорных обязательств по изготовлению качественной продукции, отвечающей стандартам, с целью более полного удовлетворения потребителей, включая сервисное обслуживание.

Принципами производственной логистики являются:

- *гибкость* – адаптация производства к меняющейся конъюнктуре рынка (спросу, ценам, предложению);
- *программность* – производство продукции согласно плану в полном объеме и в установленные сроки;
- *оптимизация* объема запасов готовой продукции.

Функциями данного вида логистики являются:

- *производство продукции*, полностью отвечающей стандартам и требованиям потребителей;
- *сервисное обслуживание* продукции технического назначения, включая шеф-монтаж, наладку, обучение персонала, снабжение запасными частями и техническое обслуживание.

В рамках производственной логистики большую роль для эффективного функционирования предприятия имеет его организационная форма. Оптимальная организационная форма базируется на современном уровне технологии, техники и культуры, собственно на эффективной организации технологических процессов изготовления продукции и оказания услуг и управлении предприятием. В литературе предприятие рассматривается как открытая производственная система (ПС). Исходя из сущности понятия системы и цели ее функционирования, которые раскрываются на основе системного подхода к изучению или проектированию ПС, следует выделить триединые части: функциональную, элементную и организационную.

Методы организации производства продукции зависят от пространственной структуры расположения технологического оборудования и рабочих мест.

В общем виде математические модели оптимизации (минимизации) суммарного времени обработки T выглядят следующим образом:

- в станко-часах

$$T = \sum_{k=1}^n \sum_{l=1}^{l_k} X_{kl} \sum_{i=1}^m t_{kl}^i \rightarrow \min ; \quad (11)$$

- в часах

$$T = \max_{i=1, m} \sum_{k=1}^n \sum_{l=1}^{l_k} X_{kl} t_{kl}^i \rightarrow \min . \quad (12)$$

При этом длительность технологического цикла зависит от вида движения деталей в производстве: последовательном, последовательно-параллельном и параллельном, определяемых соответственно по формулам (без учета естественных операций):

$$\left. \begin{aligned} T_{\text{послед}} &= n \sum_1^k \frac{t_{\text{шк}}}{m} \\ T_{\text{послед-пар}} &= n \sum_1^k \frac{t_{\text{шк}}}{m} - (n-p) \sum_1^{k-1} \left(\frac{t_{\text{шк}}}{m} \right)_{\text{кор}} \\ T_{\text{пар}} &= n \sum_1^m \frac{t_{\text{шк}}}{m} - (n-p) \left(\frac{t_{\text{шк}}}{m} \right)_{\text{max}} \end{aligned} \right\} \rightarrow \max. \quad (13)$$

где p – размер передаточной партии, шт.; m – количество рабочих мест (станков) на операции, шт.; t – штучно-калькуляционное время на операцию, ч; n – количество деталей в обрабатываемой партии, шт.; X_{kl} – число изделий k -го наименования, выпускаемого l -м способом; $i = 1$; m – ограничение по фонду работы оборудования; l_k – число различных способов изготовления изделия k -го наименования, характеризующихся различным временем обработки на единицу оборудования i -го типа:

$$k = 1, n, \quad l = 1, l_k.$$

Минимальное время обработки будет при параллельном виде движения деталей в производстве $T_{\text{п}}$, что зависит от организации работ.

Дальнейшая оптимизация сводится к синхронизации операций технологического процесса, обеспечивающей организацию поточного производства, которое характеризуется расположением рабочих мест по ходу технологического процесса, узкой специализацией рабочих мест, ритмичностью и синхронностью выполняемых операций

$$\frac{t_{\text{шт}1}}{C_1} = \frac{t_{\text{шт}2}}{C_2} = \dots = \frac{t_{\text{шт}n}}{C_n}. \quad (14)$$

Математическое моделирование в принятии управленческих решений при сбыте продукции.

Миссией сбытовой логистики является распределение и сбыт продукции или услуг с целью более полного удовлетворения спроса рынка.

К принципам сбытовой логистики можно отнести следующие целостности, варианности, комплексности, бкости, надежности, оптимизации запасов готовой продукции.

Функциями этого вида логистики являются:

- распределение продукции по потребителям;
- сбыт продукции с наименьшими издержками на упаковку и транспорт;
- получение максимальной прибыли.

Сбытовая логистика, или логистика распределения является неотъемлемой частью общей логистической системы, обеспечивающей наиболее эффективную организацию распределения и сбыта производимой продукции. Она охватывает всю цепь системы распределения: маркетинг, транспортировка, складирование и сбыт.

Во второй половине 1980-х гг. перед предпринимателями развитых капиталистических стран встали задачи пересмотра всей концепции логистики. Создание внутреннего европейского рынка в 1992 г. с населением в 324 млн. человек, ликвидация таможенных барьеров, введение единых европейских стандартов заставили искать новые пути повышения или укрепления своей конкурентоспособности. Такое положение дел требует с позиции крупного производителя строгого учета издержек производства и особенно обращения, поскольку доля последних в общих затратах фирм постоянно растет. Это может привести к тому, что крупный производитель будет в будущем больше закупать и меньше производить сам. Данная тенденция наиболее отчетливо проявляется в промышленных компаниях, для которых характерным является дальнейшее кооперирование производства. Так, исследование швейцарского банковского объединения показало, что в настоящее время в машиностроении и металлообрабатывающей промышленности ряда стран Западной Европы около 40 % поступлений от оборота промышленных фирм приходится на закупки у других предприятий и что в дальнейшем удельный вес этих закупок будет возрастать. При этом следует учитывать, что транспортные тарифы сегодня находятся под влиянием единого европейского рынка, который юридически начал действовать с 1 января 1993 г. В этой ситуа-

ции предприниматели вынуждены обращать внимание на минимизацию стоимости и повышение эффективности перевозок.

Оптимизационные модели при сбыте продукции можно описать учитывая условие, что любой предприниматель старается как можно меньше производить и как можно больше получить прибыль:

$$\sum_{i=1}^n N_i S_i \rightarrow \min ; \quad (15)$$

$$\sum_{i=1}^n (N_i S_i) - \sum_{j=1}^m Z'_j \rightarrow \max , \quad (16)$$

где N_i – производство i -х изделий, шт.; S_i – цена оптовая i -го изделия, р.; m – количество элементов затрат, шт.; Z'_j – затраты по j -му элементу, р.

При определенном объеме продаж прибыль можно максимизировать путем снижения затрат, т.е.

$$\sum_{j=1}^m Z' \rightarrow \min .$$

В свою очередь затраты включают в себя следующие элементы:

$$Z' = C'_0 + \Pi_k + H + \Pi , \quad (17)$$

где C'_0 – себестоимость продукции без учета амортизационных отчислений, р.; Π_k – выплаты процентов по кредитам, р.; H – налоги, выплачиваемые из прибыли, р.; Π – прочие выплаты, включая штрафы, пени, погашение безнадежных долгов и т.д.

Минимальный объем продаж определяется порогом рентабельности (точкой безубыточности), т.е. тем объемом продаж, который покрывает как постоянные, так и переменные издержки предприятия. Порог рентабельности (точка безубыточности) определяется аналитическим и графическим методами. Наиболее точным является аналитический метод. Порог рентабельности в этом случае можно определить следующим образом:

- в однономенклатурном производстве

$$E = \frac{F}{1 - \frac{V}{S}} , \text{ р.}; \quad (18)$$

$$E = \frac{F}{S - V} , \text{ шт.}; \quad (19)$$

- в многономенклатурном производстве

$$E_i = \frac{F Y_i}{S_i - V_i} , \text{ шт.}, \quad (20)$$

где F – постоянные годовые издержки предприятия, р.; V – переменные издержки, приходящиеся на единицу i -й продукции, р.; S_i – цена единицы i -го изделия, р.; Y_i – удельный вес i -го изделия в объеме продаж, доли единицы; m – номенклатура выпускаемой продукции, шт.

Графически порог рентабельности определяется следующим образом (рис. 1).

Из рис. 1 видно, что разность между фактическим объемом продаж и порогом рентабельности определяет запас финансовой устойчивости

$$Z_{\text{ф.у.}} = Q - Q_E . \quad (21)$$

Оптимизация при сбыте продукции сводится к максимизации прибыли, определяемой с учетом порога рентабельности

$$\Pi = (Q - Q_E)(S - V) \rightarrow \max . \quad (22)$$

Однако максимизация прибыли должна учитывать риск перехода предприятия в другой релевантный период с более высокими постоянными затратами. В этом случае точка безубыточности сдвигается

вправо (рис. 2), снижается объем получаемой прибыли. При этом возможен такой случай, когда точка безубыточности может уйти правее фактического объема продаж, т.е. в этом случае запас финансовой прочности становится отрицательным, а предприятие – убыточным, что может

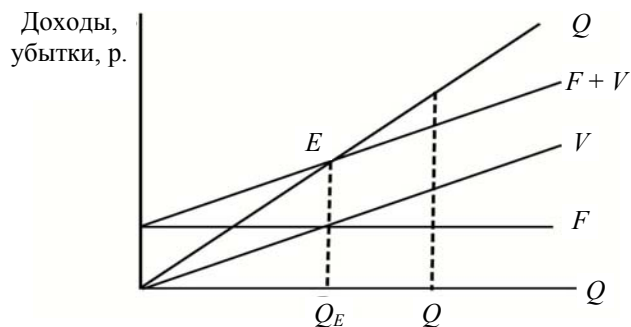


Рис. 1 Определение порога рентабельности графическим методом

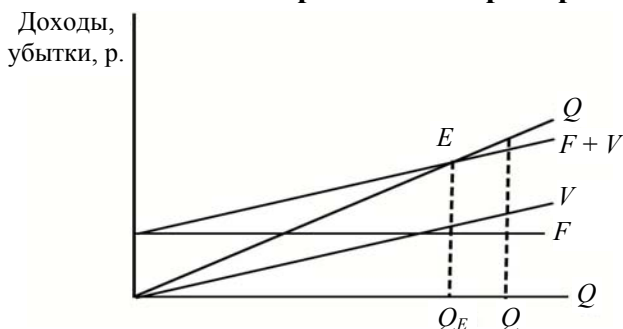


Рис. 2 Переход предприятия в другой релевантный период

привести к банкротству. А это значит, что финансовый менеджер должен постоянно отслеживать соотношение переменных и постоянных издержек и оптовой цены товара. В процессе инфляции могут резко возрасти как переменные, так и постоянные издержки, поэтому необходимо постоянно просчитывать порог рентабельности и принимать управленческие решения на основе сравнительного анализа с фактическими объемами производства.

Приведенные математические модели позволяют принимать управленческие решения на основе количественной оценки параметров предприятия как логистической системы, что позволяет снижать риск до минимума.

В.В. Жариков

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ
КОНТРОЛИНГА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ

Одним из направлений контролинга финансового состояния предприятия и запаса финансовой прочности является определение точки безубыточности (порога рентабельности, нулевой точки) в настоящем и ее прогнозирование в будущем.

Классическое представление нахождения точки безубыточности, как правило, сводится к рассмотрению простого примера пересечения кривых объема продаж продукции и суммарных издержек (рис. 1). На самом деле данные зависимости могут иметь более сложный характер и зависят от ряда факторов, которые количественно определить не просто (характер формирования цены продукта, возникновение спроса, государственное регулирование, интересы производителя и потребителя,

Прибыль,
убытки, р.

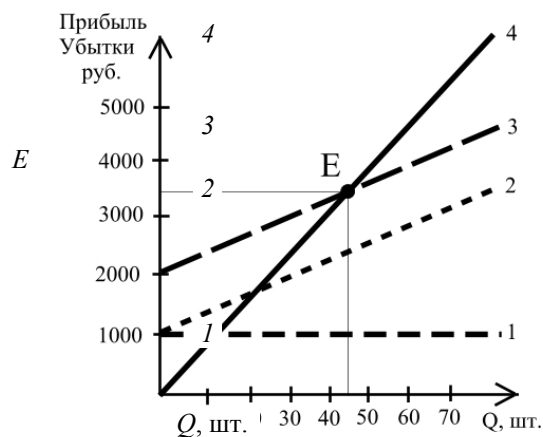


Рис. 1 Классический вариант графика точки безубыточности

территориальный аспект и т.д.), а иногда и невозможно. В этом случае можно использовать экспертные оценки или экономико-математические методы.

Для приближения классического варианта к существующим жизненным условиям следует рассмотреть ряд возможных вариантов сочетания различных кривых как для объема продаж продукта, так и для суммарных издержек (рис. 2).

Как видно из рис. 2 на некоторых графиках при нелинейном росте издержек может быть две точки безубыточности (E_1 и E_2 , рис. 2 — 1.3; 3.2; 3.3), данные варианты необходимо рассмотреть более подробно. Для этого нами было предложено выделить три основных вида кривых из всех возможных вариантов (возможные варианты представлены на рис. 2). Подставив имеющиеся данные по реально выпускаемым продуктам, и обработав их с помощью программы «Table Curve», были получены следующие математические зависимости для каждого варианта кривых (рис. 3).

Варианты 1а и 1б

$$y_1 = (a + bx^c)^n,$$

где a — любое число от 0 до $+\infty$; $b = 1$; $c = 1$; $n = 1$.

Варианты 2а и 2б

$$y_2 = \sqrt[n]{a + bx^c}$$

где a, b, c — любые положительные значения; n — положительное дробное число.

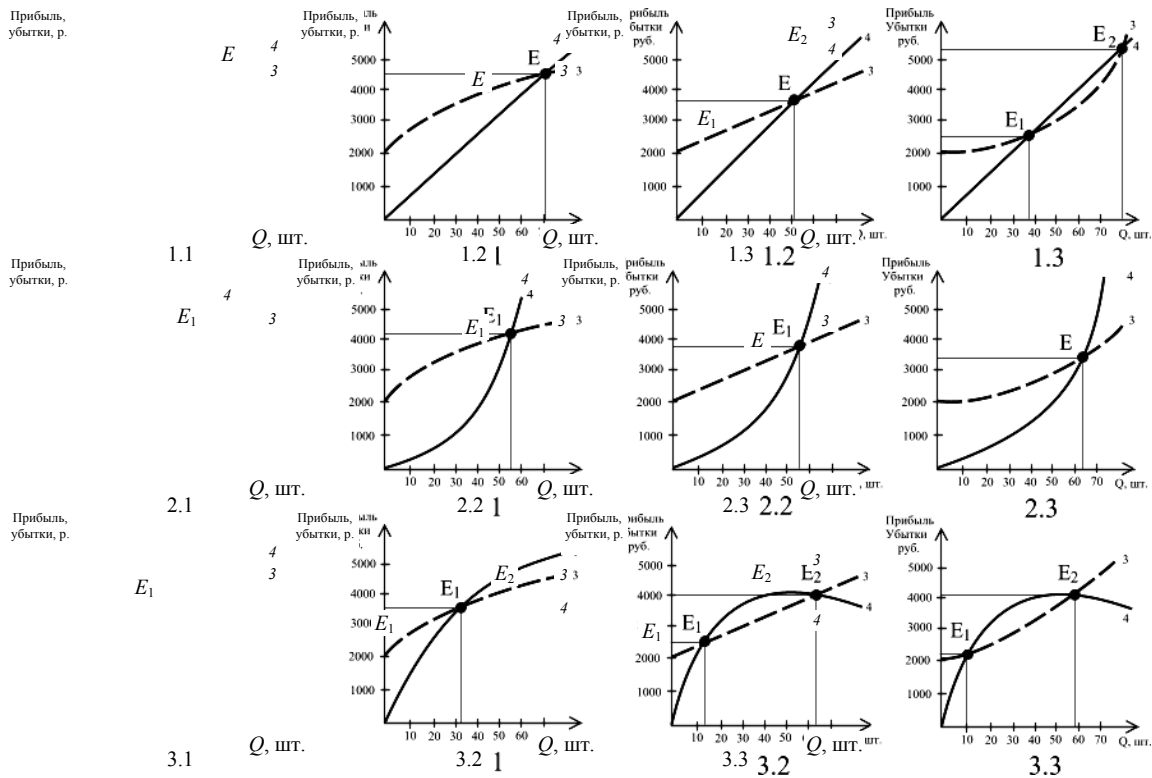


Рис. 2 Возможные варианты графиков точки безубыточности:
 - - - кривая суммарных издержек;
 — кривая объема выпуска продукции

Варианты 3а и 3б

$$y_3 = (a + bx^c)^n,$$

где a, b, c – любые положительные значения; $n = 1$.

Обобщив все три уравнения можно записать общую математическую зависимость для всех шести вариантов кривых:

$$y_1 = (a + bx^c)^n.$$

Так как значения точек кривых суммарных издержек и объемов продаж продукции будут различными, то значения a, b, c и n будут не одинаковы. Таким образом, в общем виде нами получено два уравнения суммарных издержек и объема выпуска продукции (табл. 1).

1 Зависимости продаж продукции и суммарных издержек

Зависимость продаж продукции $y_1 = (a_1 + b_1 x^{c_1})^{n_1}$	Следует выделить следующее условие: если $y_2 > y_1$, то убытки; если $y_2 < y_1$, то прибыль.
Зависимость суммарных издержек $y_2 = (a_2 + b_2 x^{c_2})^{n_2}$	Количество продукции $x \in [1, 2, 3 \dots +\infty]$

Для максимизации прибыли производителя нами были введены следующие условия.

1 Количество производимой продукции может быть выражено в различных единицах измерения (m^3 , л, т, м, шт., км и т.д.), но при этом данная величина с точки зрения математического моделирования может варьироваться в следующих пределах $x \in [1, 2, 3 \dots, +\infty]$.

2 При оценке объема продаж продукции было введено понятие «порог выгодности производства», когда $y_2 < y_1$, так же «порог невыгодности производства» когда $y_2 > y_1$.

3 Особенно важным условием является когда $y_2 = y_1$, т.е. достигнута точка равновесия (точка безубыточности E_1), которая для любого вида производства определяет пороговое значение объема производства продукции: переход от «предела выгодности» производства к «пределу невыгодности» в точке E_1 и в случае с точкой E_2 – наоборот.

В качестве наглядного примера «предел выгодности» (рис. 4) был обозначен стрелкой. При этом в зависимости от варианта графика данный промежуток может быть бесконечным или ограниченным определенным объемом выпуска продукции от точки E_1 до точки E_2 .

Для производителя представляет интерес мониторинг объема продаж во времени с учетом изменения таких параметров как розничная цена, постоянные годовые издержки, себестоимость продукции, переменные издержки на единицу выпускаемого изделия и определения математической зависимости, описывающей конъюнктуру данного продукта на рынке с целью возможного прогнозирования точки безубыточности и запаса финансовой прочности. Для этого надо перейти от плоской системы координат X и Y к пространственной – X , Y и Z . По оси Z необходимо отложить координаты времени с разбивкой

периода исследования (дни, месяцы, кварталы, полугодия, годы). В этом случае точка безубыточности рассматривается как многокритериальная математическая зависимость:

$$E = f(Q, F, S, V, t),$$

где Q – объем продаж, шт. (р.); F – годовые постоянные издержки фирмы, р.; S – оптовая цена фирмы, р.; V – переменные издержки на единицу изделия, р.; t – время, год (квартал, месяц, день).

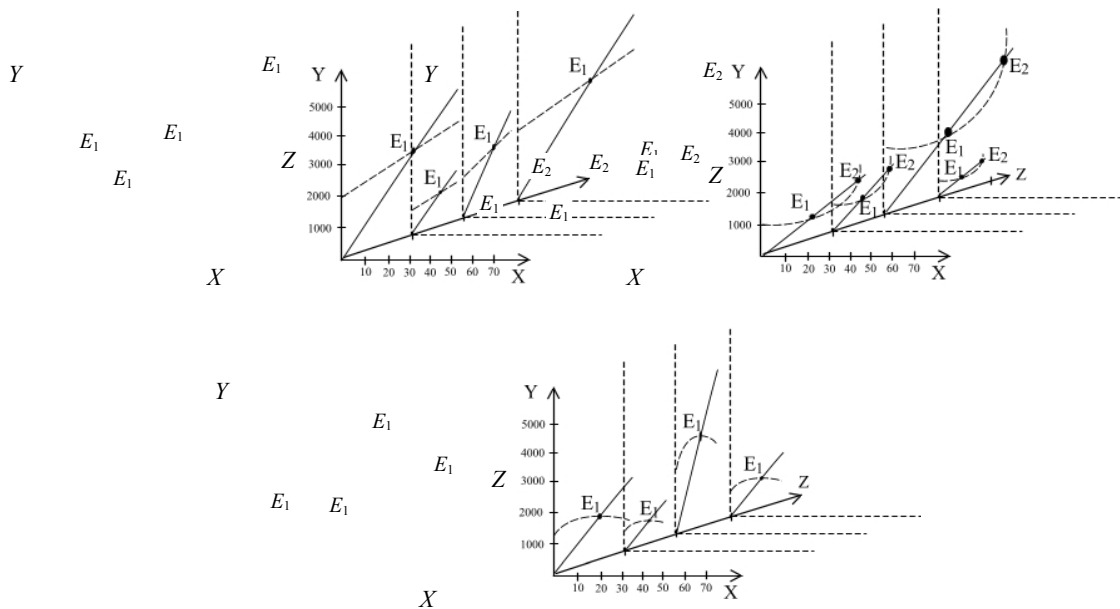


РИС. 5 ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ТОЧКИ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ТОВАРА В ТРЕХМЕРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

По предложенной методике кривые объема продаж продукции и суммарных издержек при пересечении образуют в пространстве ряд точек, которые можно соединить отрезками и получить математическую зависимость изменения оптимального объема выпуска продукции с целью максимизации прибыли или отказа от производства невыгодной продукции. На рис. 5 представлены три варианта графиков в пространстве.

Предложенные экономико-математические зависимости позволяют производителю прогнозировать пороговые объемы продаж, запас финансовой прочности и, таким образом, обеспечивать финансовую устойчивость предприятия в будущем.

Содержание

<i>Герасимов Б.И.</i> НАУЧНЫЕ «ЗВЕЗДЫ» КАЧЕСТВА	3
<i>Дрогобыцкий А.И.</i> МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА СЛИЯНИЯ/ПОГЛОЩЕНИЯ	11
<i>Булыга Р.П.</i> БИЗНЕС КАК ОБЪЕКТ ОЦЕНКИ: ПРИМЕНИМОСТЬ ТРАДИЦИОННЫХ ПОДХОДОВ И МЕТОДОВ	21
<i>Щеглов И.Т.</i> ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ КАЧЕСТВА В НАУЧНО-ПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ ЭКОНОМИКИ	70
<i>Колупаев Н.В.</i> СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И АКТУАЛЬНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА	73
<i>Воронкова О.В.</i> АНАЛИЗ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ ЧЕРЕЗ ПРИМЕНЕНИЕ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	79

<i>Щеглов И.Т.</i> СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ	89
<i>Пархоменко Л.В.</i> КОНЦЕПЦИЯ СТАБИЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА	91
<i>Пархоменко А.В.</i> СТОХАСТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ОПЕРАТИВНОГО ПЛАНА ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ РИСКА	97
<i>Пархоменко Е.Л.</i> МОДЕЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	102
<i>Герасимов Б.И., Гурова Л.Г., Золотухина В.М.</i> АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ	106
<i>Салихов З.-А.С.</i> ВОПРОСЫ ОЦЕНКИ КОНТРОЛЬНО-РЕВИЗИОННОЙ РАБОТЫ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДОВ И РАЙОНОВ РЕГИОНА	131
<u>Герасимов Б.И., Гурова Л.Г., Золотухина В.М. АНАЛИЗ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ</u>	139
<u>Никифорова Е.В. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПУБЛИЧНОСТИ ИЗДЕРЖЕК НА КАЧЕСТВО КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА</u>	148
<u>Герасимов Б.И., Гурова Л.Г., Золотухина В.М. АНАЛИЗ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА БЫТОВЫХ УСЛУГ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ</u>	155
<u>Козлов П.В. ПОСТОЯННЫЙ БИЗНЕС-КОНСУЛЬТАНТ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПОНЯТИЕ И ЗНАЧЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ</u>	164
<u>Дейнега А.Н., Большаков О.В. СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ И КАЧЕСТВО ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ</u>	174
<u>Дякин В.Н. ИНТЕГРИРОВАННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ</u>	177

<u>Гурова Л.Г. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ ЗА 1995 – 2002 ГОДЫ</u>	180
<u>Дробышева В.В. КАЧЕСТВО ЖИЗНИ И ЕЕ РОЛЬ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ</u>	195
<u>Спиридонов С.П. ПРЕОДОЛЕНИЕ БЕДНОСТИ – ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ</u>	200
<u>Гурова Л.Г. АНАЛИЗ СИТУАЦИИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ УСЛУГ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ В 2002 ГОДУ</u>	203
<u>Бруцкая И.А. НЕОБХОДИМОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАЧЕСТВА КАК ФАКТОРА МОДЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА</u>	215
<u>Дякин В.Н. ОПТИМИЗАЦИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ</u>	218
<u>Колесник М.А. ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ РОССИЙСКОЙ МОДЕЛИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ</u>	229
<u>Савин К.Н. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ РЕЗЕРВЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА</u>	240
<u>Сапожников Н.П. КАЧЕСТВО БАНКОВСКИХ УСЛУГ</u>	275
<u>Бороненкова С.А. КЛАССИФИКАЦИЯ И ПЕРЕЧЕНЬ АНАЛИТИЧЕСКИХ ЗАДАЧ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ</u>	286
<u>Жариков Р.В. МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ</u>	296
<u>Жариков В.В. ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНТРОЛИНГА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ</u>	309

Контактные телефоны:

Главный редактор **Борис Иванович Герасимов** доктор экономических наук, доктор технических наук,
профессор
Тамбовского государственного технического университета –
тел. (0752) 72-95-77

Заместитель главного редактора **Иван Николаевич Дрогобыцкий** доктор экономических наук, про-
фессор
Финансовой академии при Правительстве Российской Федерации –
тел. (095) 943-93-18

Ответственный секретарь **Наталья Васильевна Злобина**
кандидат экономических наук, доцент
Тамбовского государственного технического университета –
тел. (0752) 71-87-78