



ВЕСТНИК

**ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

**2013
Т. 7, № 1**

ISSN 1997-0129

СЕРИЯ

«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»

Решением ВАК России включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий

*ПОСВЯЩАЕТСЯ
70-ЛЕТИЮ ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА*

Учредитель – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)

Редакционная коллегия серии:

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

Серия основана в 2007 году.

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

Решением Президиума Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 февраля 2010 г. № 6/6 журнал включен в «Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук».

Сведения о журнале ежегодно публикуются в международной справочной системе по периодическим и продолжающимся изданиям «Ulrich's Periodicals Directory».

Подписной индекс 29089 в объединенном каталоге «Пресса России».

Периодичность выхода – 4 номера в год.

СОДЕРЖАНИЕ

Экономическая теория и мировая экономика

ПОМАЗАНОВ М.В., ГЛУШКОВА А.А. Влияние временной структуры портфеля на показатели минимального объема экономического капитала коммерческих банков и вероятности дефолта заемщиков	6
--	---

Региональная экономика

КОЛМАКОВА Е.М. Развитие социально-трудовой сферы как фактор формирования инновационной экономики в регионе	13
--	----

Экономика и финансы

ГАБРИН К.Э., ИВАНОВ А.Е., МАТВИЙШИНА Е.М., ЧЕРНЕЦОВА Ю.А. Теория оценки синергетической стоимости деловой репутации предприятия на базе квантово-механического подхода	20
ХОДОРОВСКИЙ М.Я., ДОМНИКОВ А.Ю., ЧЕБОТАРЕВА Г.С. Новые направления в технологии оценки рисков кредитования при проектном финансировании	23
ШИНДИНА Т.А. Теоретический подход к выявлению, анализу и оценке развития хозяйственных связей на основе энтропийного исследования взаимодействий в строительном комплексе	32

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

БАЖАНОВА М.И. Оценка эффективности мероприятий инновационного развития промышленной интегрированной структуры	36
ЕЛОХОВА И.В., НАЗАРОВА Л.А. Концептуальный подход к определению понятия «нематериальный результат инновационной деятельности предприятия»	42
КРУТИК А.Б., ИЛЬИНА Л.В. Коммерциализация как путь реализации инновационных разработок	51
КУВШИНОВ М.С. Инновационные инструменты прогнозирования оценки финансового состояния предприятия (часть 2)	56
ПОДПЯТНИКОВА К.В., САВЕЛЬЕВА И.П. Оценка и анализ инвестиционного климата и инновационной активности в разрезе федеральных округов	66

Бухгалтерский учет, анализ и аудит

ЛЕВКУТНАЯ Т.В. Обеспечение непрерывности деятельности предприятий общественного питания: бухгалтерские аспекты	72
ЧЕРНЕНКО А.Ф., АФОНИНА О.А. Особенности и проблемы учета затрат и калькуляции на предприятиях оборонного промышленного комплекса	77

Управление социально-экономическими системами

ВОЛОЖАНИН В.В., ШИНДИНА Т.А. Основы рационального управления ресурсами на рынке энергетических услуг	83
ПРОСВИРИНА И.И. Интеллектуальный капитал и труд: эволюция теории факторов производства	87
ТАЩЕВ А.К. Трудовой потенциал промышленного предприятия и его трансформация в человеческий капитал	92
ТРЕТЬЯКОВА Е.П. Организационный потенциал, организационный капитал, ресурсы компании: сущность и соотношение понятий в управленческой науке	97

Предпринимательская деятельность

ВОЛОЖАНИН В.В., ВОЛОЖАНИНА О.А. Сущность консалтинга и его специфика в сфере услуг	103
--	-----

ГУСЕВ Е.В., УГРЮМОВ Е.А., ШЕПЕЛЕВ И.Г. Организационно-экономические основы конкурентоспособности строительных предприятий	107
КАРПУШКИНА А.В. Институциональное регулирование взаимодействия властных и предпринимательских структур	111
КУЗМЕНКО Ю.Г., ХАТЕЕВ И.В., ЛЕВИНА А.Б. Роль и место малых предприятий в современных экономических условиях РФ	115
ОКОЛЬНИШНИКОВА И.Ю., КАТОЧКОВ Е.В., СМИРНОВА И.Г. Формирование механизма информационной поддержки системы риск-менеджмента	122
ШАГВАЛЕЕВ А.М. Практические аспекты организации и совершенствования функционирования внутреннего учебного центра торгового предприятия с целью повышения его конкурентоспособности (на примере компании 36,6)	125
ШЕВРОВ В.Ю., ОКОЛЬНИШНИКОВА И.Ю. К вопросу формирования стратегии повышения эффективности использования ресурсного потенциала предпринимательской структуры.....	130
ШЕПЕЛЕВ И.Г., САВЕЛЬЕВА И.П., ОВЧИННИКОВА М.С. Актуальные проблемы и направления совершенствования системы сметного нормирования в строительстве.....	136
ШМАКОВ Б.В., КАРПУШКИНА А.В. Бизнес-идея как центральное звено проекта бизнес-деятельности в малом и среднем предпринимательств	141
Маркетинг	
ОКОЛЬНИШНИКОВА И.Ю., ДЬЯЧЕНКО О.М. К вопросу о внедрении маркетингового подхода к продвижению научно-образовательных услуг вузов России на международных рынках	144
САВЕЛЬЕВА И.П., ВАРЕНЦОВА И.Е. К вопросу о маркетинговом анализе рынка благоустройства и озеленения.....	149
СТУКАЛОВ Д.В., УХОВА А.И. Маркетинговый анализ тенденций ценообразования на рынке первичной недвижимости г. Челябинска	154
Логистика	
ГРЕЙЗ Г.М., КУЗМЕНКО Ю.Г., МАРКОВСКИЙ В.А. Совершенствование методов исследования цепей поставок на основе GAP-анализа	161
Управление качеством товаров и услуг	
ПОТОРОКО И.Ю., ФАТКУЛЛИН Р.И., КАЛИНИНА И.В. К вопросу обеспечения качества и безопасности воды, используемой в пищевых производствах.....	165
ПОТОРОКО И.Ю., ФЕКЛИЧЕВА И.В., БОТВИННИКОВА В.В. Особенности экспертной оценки пищевых продуктов, полученных на основе биомодификаций.....	170
Краткие сообщения	
ВОЙНОВА С.И. Организационно-экономический механизм управления предпринимательской активностью в регионе.....	176
ГАБРИН К.Э., ИВАНОВ А.Е., МАТВИЙШИНА Е.М., ЧЕРНЕЦОВА Ю.А. Методика оценки синергетической стоимости деловой репутации предприятия на базе квантово-механического подхода	179
ГАБРИН К.Э., ПРОКОПЧУК Т.Г. Кризис существующей модели строительства доступного жилья в Курганской области	182
ДРАЧУК П.Э. Экономические особенности отраслей сельского хозяйства Челябинской области .	185
СКНАРЕВ Д.С., ЧЕРЕДНЯКОВА А.Б. Роль проективных методов для уточнения имиджевых характеристик торговой марки в брендинге	188
Abstracts and keywords	191

CONTENTS

Economics and World Economy

POMAZANOV M.V., GLUSHKOVA A.A. Impact of portfolio temporary structure on commercial banks minimum economic capital requirements and borrower default probability	6
---	---

Regional Economy

KOLMAKOVA E.M. The development of social and labor sphere as a factor in the formation of innovative economy in the region	13
--	----

Economy and Finance

GABRIN K.E., IVANOV A.E., MATVIYSHINA E.M., TCHERNETSOVA Y.A. Quantum mechanical approach as a tool for estimation theory for synergetic enterprise goodwill value	20
KHODOROVSKY M.Y., DOMNIKOV A.Y., CHEBOTAREVA G.S. New directions in technique of credit risk assessment at project financing	23
SHINDINA T.A. Theoretical approach to the identification, analysis and evaluation of the development of economic relations on the basis of entropy studies of interactions in the construction sector	32

Investment and Innovation activity management

BAZHANOVA M.I. Evaluation of the effectiveness of the actions taken for innovative integrated industrial structure development	36
ELOKHOVA I.V., NAZAROVA L.A. Conceptual approach to the definition of the notion of intangible result of innovation activity of an enterprise	42
KRUTIK A.B., ILYINA L.V. Commercialization as a way to implement innovations	51
KUVSHINOV M.S. Innovative tools for the forecast of an estimation of enterprise financial condition (part 2)	56
PODPYATNIKOVA K.V., SAVELYEVA I.P. Assessment and analysis of the investment climate and innovation activity in view of the federal districts	66

Book Keeping, the Analysis and Audit

LEVKUTNAYA T.V. Ensuring continuity of the activity of public catering enterprises: accounting aspects	72
CHERNENKO A.F., AFONINA O.A. Features and problems of expenditure accounting and estimation at enterprises of a defense industrial system	77

Management of Social and Economic Systems

VOLOZHANIN V.V., SHINDINA T.A. Basis for the rational management of resources on the market of energy services	83
PROSVIRINA I.I. Intellectual capital and labour: evolution of the factor of production theory	87
TASHCHEV A.K. Labour potential of industrial enterprise and its transformation to the human capital ..	92
TRETYAKOVA E.P. Organizational potential, organizational capital, resources of the company: essence and relations between the concepts in management science	97

Enterprise Activity

VOLOZHANIN V.V., VOLOZHANINA O.A. The essence of consulting and its specific character in the service sector	103
GUSEV E.V., UGRYUMOV E.A., SHEPELEV I.G. Organization and economic basis of competitiveness of construction companies	107
KARPUSHKINA A.V. Institutional regulation of interaction between the bodies of government and business entities	111

KUZMENKO J.G., KHATEEV I.V., LEVINA A.B. Role and a place of small enterprises in modern economic conditions of the Russian Federation	115
OKOLNISHNIKOVA I.Y., KATOCHKOV E.V., SMIRNOVA I.G. Formation of information support mechanism for the risk management system	122
SHAGVALEYEV A.M. Practical aspects of organization and improvement of internal training center of trade enterprise to raise the company's competitiveness (on the basis of pharmacy chain 36.6)	125
SHEVROV V.Y., OkolNishnikova I.Y. Formation of the strategy to increase the efficiency of resource potential use for business structures	130
SHEPELEV I.G., SAVELEVA I.P., OVCHINNIKOVA M.S. Current issues and methods for cost estimate system improvement in construction engineering	136
SHMAKOV B.V., KARPUSHKINA A.V. Business idea as the central part of project business activity in small and medium business	141

Marketing

OKOLNISHNIKOVA I.Y., DIACHENKO O.M. Introduction of the marketing approach to promote the scientific and educational services of the Russian universities in the international markets.....	144
SAVELYEVA I.P., VARENTOVA I.E. On the question of general improvement and landscaping market analysis	149
STUKALOV D.V., UKHOVA A.I. Marketing research of pricing trends in the Chelyabinsk city primary real estate market	154

Logistics

GREYZ G.M., KUZMENKO J.G., MARKOVSKIY V.A. Improving of research methods for supply chains based on GAP-analysis.....	161
---	-----

Goods and Services Quality management

POTOROKO I.Y., FATKULLIN R.I., KALININ I.V. Quality and safety control of the water used in food production	165
POTOROKO I.Y., FEKLIČHEVA I.V., BOTVINNIKOVA V.V. Features of expert assessment of food products derived from biomodification	170

Brief reports

VOYNOVA S.I. Organizational and economic mechanism of business activity management in the region.....	176
GABRIN K.E., IVANOV A.E., MATVIYSHINA E.M., TCHERNETSOVA Y.A. Quantum mechanical approach as a tool for estimation method of enterprise goodwill (synergetic) value	179
GABRIN K.E., PROKOPCHUK T.G. Crisis of existing affordable housing construction model in Kurgan region.....	182
DRACHUK P.E. Economic features of agriculture in the Chelyabinsk region	185
SKNARYOV D.S., CHEREDNYAKOVA AB. The role of projective techniques to specify image characteristics of brand in branding.....	188

Abstracts and keywords	191
-------------------------------------	-----

Экономическая теория и мировая экономика

УДК 336.717 + 336.748 + 336.77
ББК У9(2)262.181

ВЛИЯНИЕ ВРЕМЕННОЙ СТРУКТУРЫ ПОРТФЕЛЯ НА ПОКАЗАТЕЛИ МИНИМАЛЬНОГО ОБЪЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОГО КАПИТАЛА КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ И ВЕРОЯТНОСТИ ДЕФОЛТА ЗАЕМЩИКОВ

М.В. Помазанов, А.А. Глушкова

Статья посвящена проблемам определения адекватной величины экономического капитала, необходимого для создания резервов в банковском секторе. Рассмотрены основные модели (Васичека) и подходы, которые легли в основу предложенной в Базеле 2 формулы штрафа на капитал за превышение портфельных сроков до погашения одногодичного временного горизонта. В статье авторы критически рассмотрели проблему недооценки кредитного риска для заемщиков с высокими рейтингами.

Ключевые слова: минимальный уровень достаточности капитала, Базель 2, кредитный риск, срок до погашения, модель Васичека, временная структура займа, показатель вероятности дефолта.

В последние годы произошло значительное усовершенствование методик измерения кредитного риска портфеля. Используемые в настоящее время модели, как правило, рассматривают стоимость портфеля на заданном горизонте времени, например, один год. Одной из наиболее распространенных является однофакторная модель Васичека [10]. Она легла в основу методологии определения уровня достаточности капитала, рекомендованной Базельским комитетом (BCBS, 2004) [2]. Согласно данному подходу, кредитный риск заключается только в возможности возникновения дефолтных событий. Модель предоставляет аналитическое решение для таких мер риска, как Value at Risk и Expected Loss. Одним из наименее изученных вопросов в этой области является влияние срока до погашения на кредитный риск портфеля. На практике принято считать, что риск растет с увеличением длительности займа, однако возможности рассмотрения различных сроков до погашения крайне редко обсуждаются.

Оценка кредитного риска является одной из основополагающих тем в области банков и финансов. Наибольшее количество существующих исследований направлено на развитие портфельных моделей и выявление распределения убытков по портфелю на заданном горизонте риска [12]. Благодаря этому существует возможность количественной оценки риска с помощью таких метрик, как Value at Risk (VaR) и Expected Loss (EL) или Unexpected Loss ($UL = VaR - EL$). В риск-менеджменте эти показатели используются для установления уровня резервов и экономического капитала, которые необходимы для защиты банка от возможных потерь, связанных с дефолтами заемщиков.

Большинство используемых моделей оценки риска кредитного портфеля сходятся во мнении, что стоимость портфеля является единственной наблюдаемой величиной. Стандартный временной горизонт принимается равным одному году (так же, как и в соглашении Базель 2) [2]. Очевидно, что этот временной горизонт в большинстве случаев не соответствует действительному сроку до погашения. Тем не менее, не существует работ, содержащих в себе подробного описания теоретического подхода и практической реализации, которые описывали бы возможное влияние временного горизонта и длительности займа на риск кредитного портфеля. Это утверждение справедливо и для модели, рекомендованной Базельским комитетом, несмотря на то, что формула для расчета капитала Базель 2 содержит поправку на срок до погашения для долгосрочных займов [3, 4].

В настоящее время существует крайне небольшое количество литературы, посвященной влиянию срока до погашения. Калкбренаер и Овербек (Kalkbrener & Overbeck, 2001, 2002) в своей работе проводили оценку распределений рыночной стоимости портфелей с различными сроками до погашения по истечении первого года планируемого временного горизонта [7, 8]. Их анализ был основан на построении однолетней матрицы миграций при значениях кредитных спредов. Исследователи пришли к выводу, что поправка на срок до погашения для уровня капитала, рекомендованная Базельским комитетом, является консервативной в сравнении с полученными ими результатами. В отличие от Калкбренаера и Овербека, использовавших в своем исследовании итерационное моделирование Монте-Карло, Барко (Barco,

2004) рассматривал влияние срока до погашения аналитически [1]. Он утверждает, что кривые капитала для поправки на срок до погашения более плоские, чем в Базель 2. Схожий подход применил в своей работе Грюндке (Grundke, 2003), который анализировал различные кривые спредов, полученные с помощью модели Мертона [5]. Исследователь пришел к заключению, что поправка на срок до погашения, рекомендованная в соглашении Базель 2, является объяснимой, по крайней мере, для кривых спредов высоко рискованных облигаций. Все перечисленные выше исследования базируются на рыночной парадигме (mark-to-market paradigm), тогда как модель, изложенная в Базель 2 и большинство портфельных моделей, используемых в банках, являются моделями, основанными на дефолтах (default mode models). Влияние срока до погашения на капитал в рамках использования моделей, основанных на дефолтах, (в частности модели Васичека) рассматривалось в работах Гюртлера и Хайфекера (Gurtler & Heithecker) [6] и Петрова и Помазанова (Petrov & Pomazanov) [9]. Результатам, полученным в данных исследованиях, мы уделим более пристальное внимание.

Модель Васичека

Модель Васичека относится к классу структурных моделей [10, 11]. Она базируется на модели Мертона, изложенной в работе 1974 года. Данная модель нашла широкое применение в сфере оценки кредитных рисков и легла в основу ряда моделей, разработанных в более поздние годы. Наиболее известными из них являются Portfolio Manager™ и CreditMetrics™. Кроме того, модель Васичека стала одной из составляющих методологии Базель 2 для определения минимальных требований к капиталу на покрытие кредитного риска [2].

Согласно модели стоимость активов *i*-й компании описывается геометрическим броуновским движением. Логарифм стоимости активов компании в момент *T* имеет следующий вид:

$$\log(A_i(T)) = \log(A_i) + \left(r - \frac{\sigma^2}{2}\right) * T + \sigma * \sqrt{T} * Z_i,$$

где *Z_i* – случайная величина, имеющая стандартное нормальное распределение.

Компания признается дефолтом, если рыночная стоимость ее активов падает ниже бухгалтерской стоимости долга. Таким образом, вероятность дефолта компании равна:

$$p = P[A_{i,t} < D_i] = N(-c_i),$$

где $c_i = \frac{1}{\sigma\sqrt{T}} * \left(\log A_i - \log D_i + r * T - \frac{1}{2} * \sigma^2 * T\right),$

N – функция нормального распределения.

Так как *z_i* имеют совместное стандартное нормальное распределение и равные попарные корреляции, *z_i* могут быть представлены в следующем виде:

$$z_i = bx + a\epsilon_i, i = 1, 2, \dots, n,$$

где $b = \sqrt{\rho}, a = \sqrt{1-\rho}.$

Первое слагаемое характеризует влияние систематического риска, тогда как второе слагаемое – влияние идиосинкратического риска. В данном случае коэффициент *b* ($0 < b < 1$) показывает степень подверженности заемщика систематическому риску (Vasicek, 1987).

Рассмотрим портфель, состоящий из *n* одинаковых по сумме займов. Пусть вероятность дефолта каждого из заемщиков по-прежнему равна *p*, а корреляция между стоимостями активов любых двух компаний равна *ρ*.

При реализации фактора систематического риска *x* дефолты заемщиков происходят независимо. В этом случае каждое дефолтное событие может быть рассмотрено как результат испытания Бернулли. Тогда общее количество произошедших дефолтов при условии реализации *x* соответствует биномиальному распределению:

$$P_k(x) = \binom{n}{k} \left(N\left(-\frac{c-bu}{a}\right)\right)^k \left(1 - N\left(-\frac{c-bu}{a}\right)\right)^{n-k}.$$

Безусловная вероятность возникновения *k* дефолтов в портфеле может быть выражена следующим образом;

$$P_k = \binom{n}{k} \times \int_{-\infty}^{\infty} \left(N\left(-\frac{c-bu}{a}\right)\right)^k \left(1 - N\left(-\frac{c-bu}{a}\right)\right)^{n-k} dN(u).$$

Также в работе Васичека приводится функция распределения доли дефолтов в портфеле при условии бесконечно большого количества заемщиков (Vasicek, 1991):

$$F_{\infty}(\theta) = N\left(\frac{1}{\rho}(\sqrt{1-\rho}N^{-1}(\theta) - N^{-1}(\rho))\right).$$

Именно на функции распределения доли дефолтов, предложенной Васичеком, основывается формула минимальных требований к капиталу Базель 2 на покрытие кредитных рисков [3]. Выразив, значение доли дефолтов мы получаем:

$$\theta = N\left(\frac{N^{-1}(\rho) + \sqrt{\rho}N^{-1}(F_{\infty}(\theta))}{\sqrt{1-\rho}}\right).$$

Для нахождения *VaR* кредитного портфеля при установленном Базельским комитетом уровне надежности 99,9%: $F_{\infty}(\theta) = 0,999$. Таким образом, *θ* представляет собой квантиль распределения доли заемщиков-дефолтов заданного уровня надежности.

$$VaR = N\left(\frac{N^{-1}(R) + \sqrt{R}N^{-1}(0,999)}{\sqrt{1-R}}\right) \times LGD,$$

где *LGD* (loss given default) – уровень потерь в случае дефолта; *R* – фактор корреляции.

Поправка в виде штрафа на капитал (Maturity Adjustment)

✓ Поправка на срок до погашения Базель 2

Кредитные портфели включают в себя инструменты с различными сроками до погашения. Интуитивно понятно, что долгосрочные займы являются более рискованными, чем краткосрочные. Вследствие этого капитальные требования должны увеличиваться с ростом длительности займа [9]. С целью учета данной особенности формула минимальных требований на капитал Базель 2 содержит поправку на срок до погашения (MA):

$$K = [LGD \times N \left[\frac{1}{\sqrt{1-R}} \times N^{-1}(PD) + \sqrt{\frac{R}{1-R}} \times N^{-1}(0,999) \right] - PD \times LGD] \times MA.$$

Известно, что вид данной корректировки был получен при использовании KMV Portfolio Manager™.

Корректировка на срок до погашения представляет собой своеобразный фактор штрафа за превышения временного горизонта, равного одному году. Зависимость от длительности займа линейна для временных промежутков от одного до пяти лет и имеет следующий вид:

$$MA = \frac{1 + (M - 2,5) \times b(PD)}{1 - 1,5 \times b(PD)},$$

где $b(PD) = (0,11852 - 0,05478 * \log(PD))^2$; PD – вероятность дефолта с временным горизонтом, равным одному году.

На рис. 1 представлена зависимость величины поправки на капитал Базель 2 от одногодичной вероятности дефолта. Для высоких значений вероятности дефолта наблюдается более сильное влияние срока до погашения чем для низких вероятностей дефолта [9]. На рис. 2 мы можем видеть, что величина поправки на срок до погашения имеет прямую линейную зависимость от срока займа.

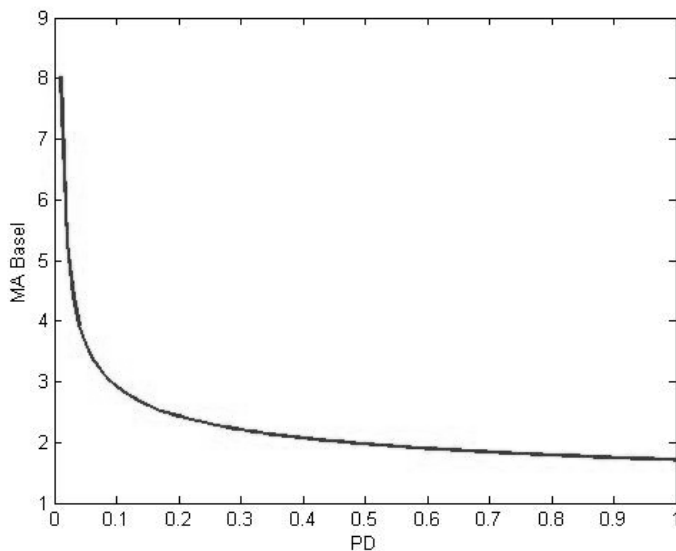


Рис. 1. Зависимость поправки на срок до погашения Базель от вероятности дефолта при $M = 2$

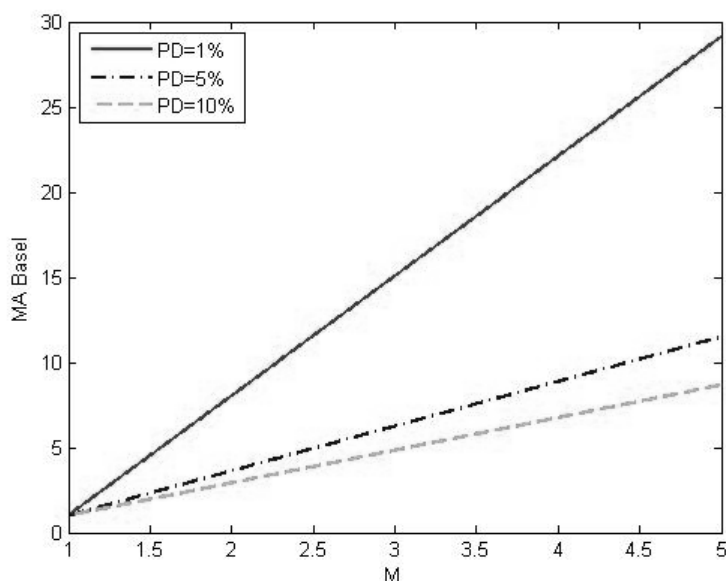


Рис. 2. Зависимость поправки на срок до погашения Базель от срока займа (M)

✓ Поправка на срок до погашения в рамках модели Васичека

Теоретически в модели Васичека изменение срока до погашения займов в портфеле приводит к изменению вероятности дефолта в формуле условной вероятности дефолта. Поэтому рассмотрим, как преобразуется вероятность дефолта ($PD^{(0, M)}$) при изменении срока до погашения (M).

Сравним вероятность дефолта займа с длительностью $t = T$ и $M = m * T$, где $m \geq 1$. Вероятность дефолта при $t = m * T$ приобретает следующий вид:

$$PD^{(0, m * T)} = N\left(b^{(m * T)}\right),$$

где $b^{(m * T)} = \frac{N^{-1}\left(PD^{(0, T)}\right)}{\sqrt{m}} - k * \frac{m - 1}{\sqrt{m}}$; и $k = \frac{\mu^{(T)}}{\sigma^{(T)}}$.

Таким образом, вероятность дефолта $PD^{(0, m * T)}$ зависит от одногодичной вероятности дефолта $PD^{(0, T)}$ и параметра k , который может быть найден из доходности заемного капитала после учета издержек ($\mu^{(T)}$) и ее стандартного отклонения ($\sigma^{(T)}$).

Далее рассмотрим, как увеличение длительности займа влияет на вероятность дефолта при $m > 1$.

$$PD^{(0, m * T)} > PD^{(0, T)} \Leftrightarrow \frac{N^{-1}\left(PD^{(0, T)}\right)}{\sqrt{m}} - k * \frac{m - 1}{\sqrt{m}} > N^{-1}\left(PD^{(0, T)}\right) \Leftrightarrow k < -\frac{N^{-1}\left(PD^{(0, T)}\right)}{\sqrt{m} + 1}.$$

Из этого следует, что вероятность дефолта $PD^{(0, m * T)}$ будет расти в сравнении с $PD^{(0, T)}$, если k или $PD^{(0, T)}$ имеют низкие значения. Таким образом, вероятность дефолта $PD^{(0, m * T)}$ будет увеличиваться более существенно для низких $PD^{(0, T)}$ чем для высоких. Этот эффект будет более заметен при рассмотрении непредвиденных потерь (UL), так как зависимость UL от PD имеет вогнутую форму.

В данном случае непредвиденные потери могут быть выражены как:

$$UL\left(I^{(0, m * T)}\right) = VaR\left(I^{(0, m * T)}\right) - E\left(I^{(0, m * T)}\right),$$

где

$$VaR\left(I^{(0, m * T)}\right) = N\left(\frac{N^{-1}\left(PD^{(0, m * T)}\right) - \sqrt{\rho} * x^{(m * T)}}{\sqrt{1 - \rho}}\right);$$

$$E\left(I^{(0, m * T)}\right) = PD^{(0, m * T)};$$

$$PD^{(0, m * T)} = N\left(\frac{N^{-1}\left(PD^{(0, T)}\right)}{\sqrt{m}} - k * \frac{m - 1}{\sqrt{m}}\right).$$

Очевидно, что параметры $PD^{(0, T)}$, ρ могут быть найдены из однопериодной модели, а параметр m является заданным. Таким образом, для определения непредвиденных потерь необходимо оценить только параметр k .

Альтернативный способ нахождения величины непредвиденных потерь заключается в нахождении UL на одногодичном временном промежутке и коррекции его с помощью функции, зависящей от m :

$$UL\left(I^{(0, m * T)}\right) = UL\left(I^{(0, T)}\right) * g\left(PD^{(0, T)}, k, m, \rho\right);$$

$$UL\left(I^{(0, m * T)}\right) = \frac{N\left(\frac{N^{-1}\left(PD^{(0, m * T)}\right) - \sqrt{\rho} * x^{(m * T)}}{\sqrt{1 - \rho}}\right) - PD^{(0, m * T)}}{N\left(\frac{N^{-1}\left(PD^{(0, T)}\right) - \sqrt{\rho} * x^{(T)}}{\sqrt{1 - \rho}}\right) - PD^{(0, T)}}.$$

В данном случае функция g представляет собой поправку на срок до погашения. Она может быть определена при известных параметрах $PD^{(0, T)}, k, m, \rho$.

Если значения параметров невозможно определить, то g аппроксимируется с помощью более простой функции.

Многопериодные оценки вероятности банкротства и их влияние на величину экономического капитала

Гюртлер и Хайфекер в своей работе 2005 года [5] анализировали влияние срока до погашения на капитал на основе долгосрочных вероятностей дефолта. Авторами были использованы эмпирические данные по статистике корпоративных дефолтов трех крупнейших рейтинговых агентств Moody's, Standard and Poor's и Fitch.

В исследовании [5] была проведена:

- оценка параметра k для нахождения влияния срока до погашения на капитал в рамках модели Васичека;

- сравнение величины непредвиденных потерь, полученной на основе модели Васичека с соответствующими эмпирическими значениями непредвиденных потерь, найденными с помощью статистики дефолтов;

- сравнение «модельной» поправки на срок до погашения и найденной при использовании эмпирических данных;

– оценка упрощенной функции поправки на срок до погашения (g) аналогичной рекомендованной Базельским комитетом;

– сравнение значений упрощенной функции поправки на срок до погашения со значениями, полученными на основе модели Васичека и с эмпирическими значениями поправки на капитал, полученными на основе данных рейтинговых агентств по дефолтам.

Для оценки вероятности дефолта авторы использовали среднюю кумулятивную долю дефолтов $DR^{(0,m*T)}$.

На рис. 3 представлены поправки на срок до погашения (модельные значения, Базель 2, эмпирические) для различных рейтинговых разрядов.

Легко заметить, что значение поправки на капитал, полученные на основе модели Васичека, переоценены по сравнению с эмпирическими в особенности для высоких рейтингов, однако хорошо соответствуют им при высоких значениях

вероятности дефолта. Это вызвано тем, что для инвестиционных рейтингов непредвиденные потери имеют меньшее значение, в то время как для низких рейтингов – высокое.

На основе полученных результатов исследователи [5] делают вывод о том, что оценки поправки на капитал по модели Васичека в большей мере приближаются к эмпирическим и значительно выше чем оценки, полученные при использовании формулы, рекомендованные в соглашении Базель 2.

Моделирование корректировки величины экономического капитала в соответствии с рекомендациями Базель 2

В работе Помазанова М., Петрова Д. [9] была проведена непрерывная параметризация зависимости вероятности дефолта от времени на основе данных рейтингового агентства Moody's. Кроме того, присутствует аналитический вывод полученных результатов. Временная структура вероятно-

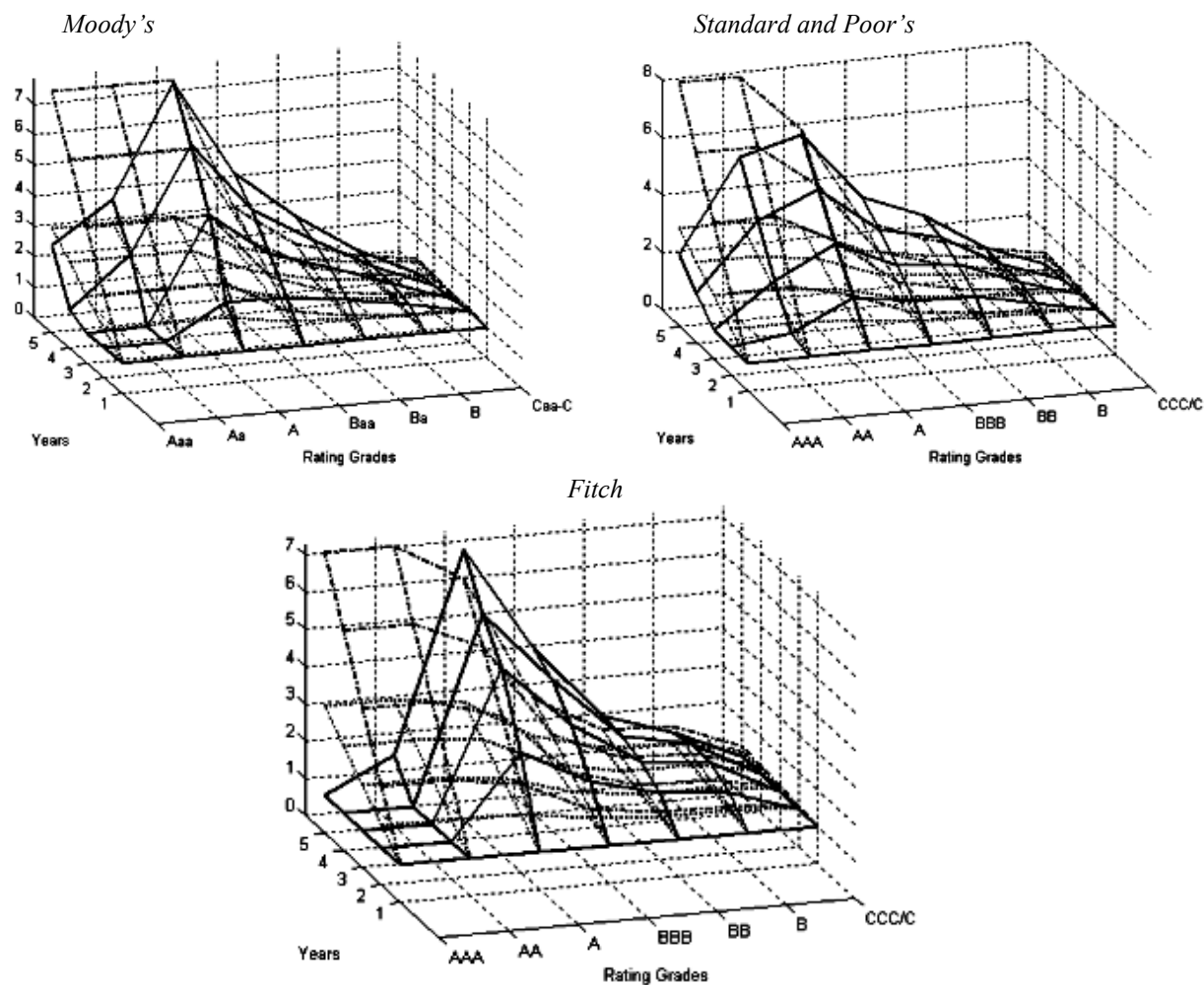


Рис. 3. Сравнение эмпирической поправки на срок до погашения (черным сверху), поправки на срок до погашения Базель 2 (светло-серым внизу) и поправки на срок до погашения, полученной на основе модели Васичека (серым посередине)

сти дефолта делает возможным нахождение величины поправки на срок до погашения. Подход, использованный авторами, делает более объяснимым и «прозрачным» процесс расчета поправки на срок до погашения.

В ходе работы исследователями была проведена аппроксимация кумулятивных вероятностей дефолтов для каждого рейтингового разряда с помощью следующей функции:

$$PD_T = F(PD_n, a, b, T) = \left[\frac{PD_n}{100} \cdot \left(\frac{1 - \exp(-T \cdot a)}{1 - \exp(-a)} \right) + \left\{ \left(\frac{1 - \exp(-T \cdot a)}{1 - \exp(-a)} \right) - \left(\frac{1 - \exp(-T \cdot b)}{1 - \exp(-b)} \right) \right\} \times \left(\frac{1 - \exp(-b)}{100} \right) \right]$$

Данный вид функции был выбран на основе ряда свойств вероятности дефолта, а именно:

1) для срока погашения, равного одному году, PD_n должна соответствовать одногодичной вероятности дефолта;

2) при нулевом сроке до погашения вероятность дефолта также равна нулю;

3) функция имеет асимптоту для высоких значений, которая не равна 100 %. Это свойство следует из того, что с течением времени компании либо сравнительно быстро становятся дефолтами, либо достигают более высокого рейтинга. Таким образом, присутствует некоторая степень стабилизации. Свойство выполняется, если параметр a больше b для каждого рейтингового разряда;

4) при низких значениях вероятности дефолта функция вогнута, при высоких – выпукла. Данное свойство следует из того, что компании с высоким рейтингом, как правило, проходят несколько более низких рейтинговых разрядов прежде, чем стать дефолтами. Поэтому возникает некоторый период, в который кумулятивные вероятности дефолта не имеют быстрого роста (вогнутость). Компании с низким рейтингом, напротив, становятся дефолтами сравнительно быстро, поэтому мы не можем наблюдать схожего эффекта: кумулятивная вероятность дефолта стремительно растет (выпуклость).

Результаты, полученные авторами [9], свидетельствуют о том, что при использовании функции поправки на срок до погашения Базель 2 происходит недооценка риска. В исследовании выявлено, что эффект срока до погашения на капитал значительно более существенен для инвестиционных рейтингов со сроком до погашения, приблизительно равным двум годам. Петров и Помазанов подчеркивают, что оценка величины непредвиденных потерь является важнейшим этапом для достижения стабильности банка. Рекомендации Базель 2, которые принято считать консервативными, допускают недооценку риска, которая в некоторых случаях превосходит 50 %.

Заключение

В проведенном исследовании рассмотрена одна из наиболее распространенных моделей кредитного риска портфеля – модель Васичека, приведен аналитический вывод поправки капитала на срок до погашения и основные свойства, которыми должна обладать данная функция. Кроме того, проведен обзор существующих подходов, посвященных анализу влияния на капитал срока до погашения.

На основе проведенного анализа сформирован вывод о том, что использование формулы поправки на капитал, рекомендованной в соглашении Базель 2, может привести к значительной недооценке риска, в особенности для высоких рейтингов.

Более того, остаются неизвестными подробности происхождения и вывода формулы поправки на срок до погашения, предлагаемой Базельским комитетом. Также проведенные исследования показали, что отсутствует и ее практическое подтверждение.

Литература

1. Barco, M. *Bringing Credit Portfolio Modelling to Maturity* / M. Barco // *Risk* 17. – 2004. – V. 1. – P. 86–90.
2. *Basel Committee on Banking Supervision. International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards, Bank for International Settlements. 2004.* – <http://www.bis.org/publ/bcbs107.htm>
3. *Basel Committee on Banking Supervision. An Explanatory Note on the Basel II IRB Risk Weight Function, Bank for International Settlements. 2005.* – <http://www.bis.org/bcbs/irbriskweight.htm>
4. Bluhm, C., and Overbeck, L. *Systematic Risk in Homogeneous Credit Portfolios. Credit risk: Measurement, Evaluation and Management, Heidelberg. 2003.* – <http://www.uni-giessen.de/~gc1156/papers/rsquared.pdf>
5. Grundke, P. *The Term Structure of Credit Spreads as a Determinant of the Maturity Effect on Credit Risk Capital* / P. Grundke // *Finance Letters* 1. – 2003. – V. 6. – P. 4–9.
6. Gurtler, M., and Heithecker, D. *Multi-Period defaults and maturity effects oneconomic capital in a ratings-based default-mode model* / M. Gurtler, D. Heithecker // *Finanz Wirtschaft Working Paper. Braunschweig University of Technology Institute for Economics and Business Administration Department of Finance.* – Series FW19V2/05. – 2005.
7. Kalkbrener, M., and Overbeck, L. *Maturity as a factor for credit risk capital, Technical document, CIB/CRM/RAI Risk Research & Development, Deutsche Bank, Frankfurt.* – 2001.
8. Kalkbrener, M., and Overbeck, L. *The maturity effect on credit risk capital* / M. Kalkbrener, L. Overbeck // *Risk* 14. – 2005. – V. 7. – P. 59–63.
9. Petrov, D., Pomazanov, M. *Validation of maturity adjustment formula for Basel 2 capital requirements* / D. Petrov, M. Pomazanov // *The journal of risk*

model validation. – 2009. – V. 3, № 3. – P. 1–17.

10. Vasicek, O. A. *Probability of Loss on Loan Portfolio*. KMV Corporation. – 1987. – <http://www.moodyanalytics.com/~media/Insight/Quantitative-Research/Portfolio-Modeling/87-12-02-Probability-of-Loss-on-Loan-Portfolio.ashx>

11. Vasicek, O. A. *Limiting Loan Loss Probability Distribution*. KMV Corporation. – 1991. – <http://www.moodyanalytics.com/~media/Insight/Quantitative-Research/Portfolio-Modeling/91-08-09-Limiting-Loan-Loss-Probability-Distribution.ashx>

12. Vasicek, O.A. *Loan Portfolio Value*/ O. Vasicek // *Risk* 15. – 2002. – V. 17. – P. 160–162.

Поступила в редакцию 9 октября 2012 г.

Помазанов Михаил Вячеславович. Кандидат физико-математических наук, доцент кафедры управления рисками и страхования, Национальный исследовательский университет Высшей школы экономики (г. Москва). Заместитель начальника Управления кредитными рисками ОАО «Банк Зенит». Генеральный директор ООО Риск Рейтинг Групп. Вице-президент Русского общества управления рисками «Русриск». Область научных интересов: управление кредитными рисками, моделирование поведения качества кредитного портфеля, мировые стандарты уровня капитала (Базель 2, Базель 3) и их практическая реализация в российском банковском секторе в условиях нестабильной рыночной экономики. Контактный телефон: 8 (916) 541-85-71.

Mikhail V. Pomazanov is a candidate of physical and mathematical sciences, associate professor of risk management and insurance department, National Research University Higher School of Economics (Moscow). Deputy chief of credit risk management department of Bank Zenit, general director of company Risk Rating Group, vice-president of Russian risk management society RusRisk. The area of academic interests: credit risk management, modeling of credit portfolio quality, international standards of capital adequacy (Basel 2, Basel 3) and their practical implications in Russian banking sector in the conditions of fluctuating market economy. Contact telephone number: +7 (916) 541-85-71.

Глушкова Александра Александровна. Аспирантка заочной формы обучения кафедры управления рисками и страхования, Национальный исследовательский университет Высшей школы экономики (г. Москва). Аналитик в отделе Финансового контроля компании Голдман Сакс. Область научных интересов: банковское дело, внедрение мировых стандартов уровня капитала (Базель 2, Базель 3), анализ кредитных рисков, моделирование показателя вероятности банкротства. Контактный телефон: 8 (903) 749-20-13, e-mail: alex.glushkova@gmail.com

Alexandra A. Glushkova is a part-time postgraduate student of risk management and insurance department, National Research University Higher School of Economics (Moscow), an analyst in financial control department of company Goldman Sachs. The area of academic interests: banking, implementation of international capital adequacy standards (Basel 2, Basel 3), credit risks analysis, modeling of default probability indicator. Contact telephone number: +7 (903) 749-20-13, e-mail: alex.glushkova@gmail.com

Региональная экономика

УДК 331.1 (470)
ББК 65.9 (2)24

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВОЙ СФЕРЫ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНЕ

Е.М. Колмакова

Статья посвящена проблемам развития социально-трудовой сферы региона в условиях перехода к инновационному типу экономического роста. Дается понятие региональной социально-трудовой сферы, приводится ее структура. Рассматриваются основные элементы авторской методологии развития социально-трудовой сферы региона в условиях перехода к инновационной экономике.

Ключевые слова: трудовая, социально-трудовая сфера, инновационная экономика, региональная социально-трудовая сфера, стратегия развития социально-трудовой сферы.

Превращение инноваций в основной источник развития региона, повышения его конкурентоспособности и усиление роли человеческого капитала в обеспечении эффективной деятельности организаций региона являются важными тенденциями современной экономики. В то же время проблемы развития и эффективного функционирования социально-трудовой сферы в условиях перехода экономики регионов на инновационный путь развития изучены недостаточно. Появление в последние годы многочисленных публикаций, посвященных инновационной экономике, не привело к преодолению сложившегося в теории и практике отставания в исследовании региональной социально-трудовой сферы. Это затрудняет выработку конструктивных предложений, обеспечивающих переход экономики российских регионов к инновационному развитию. Исследование проблем развития региональной социально-трудовой сферы, порожденных переходом к инновационному развитию, предполагает анализ изменений ее роли, содержания, особенностей функционирования в новых условиях.

В настоящее время изменился подход к оценке степени социально-экономического развития региона. Если ранее отдельные регионы оценивались с точки зрения наличия природных ископаемых, выгодного географического положения, благоприятных климатических условий, то в условиях перехода к инновационной экономике меняются критерии развития этих территорий. Приоритетными становятся такие факторы, как наличие передовых технологий, интеллектуального капитала, рыночной инфраструктуры, социально-трудовых отношений, адаптированных к инновационному развитию и т. д.

В связи с этим приоритетная задача состоит в увеличении инновационного потенциала экономики региона, одним из структурных элементов которого является инновационный потенциал социально-трудовой сферы региона. Способность ре-

гиональной экономики производительно использовать потенциал развития социально-трудовой сферы будет все в большей мере определять экономическую эффективность регионов.

На наш взгляд, необходимо рассмотреть понятие «инновационный потенциал социально-трудовой сферы региона». Инновационный потенциал социально-трудовой сферы региона можно определить как совокупность основных элементов (труда, трудовых и социально-трудовых отношений), обеспечивающую инновационную деятельность и определяющую конкурентоспособность региона. Например, на локальном уровне таким элементом является система мотивации и стимулирования труда, побуждающая работника к творческой деятельности путем создания интеллектуальных продуктов. На локальном, муниципальном и региональном уровне – система социально-трудовых отношений, отвечающая задачам стимулирования инновационной активности предпринимателей и работников организаций. Система трудовых и социально-трудовых отношений может стимулировать творчество, а может, наоборот, гасить его, не давая возможности реализоваться творческому потенциалу.

Инновационный потенциал социально-трудовой сферы региона является важнейшим структурным компонентом инновационного потенциала региона в целом (рис. 1). Под инновационным потенциалом региона будем понимать совокупную способность имеющихся у региона инновационных ресурсов обеспечивать поставленные цели инновационного и общего развития.

Инновационный потенциал социально-трудовой сферы региона включает две части: реализованный потенциал, результатом которого будут являться инновационная деятельность организаций региона и повышение их конкурентоспособности и нереализованный потенциал (результатом которого будет являться нераскрытый творческий

потенциал персонала организаций региона (нереализованные продукты, идеи, патенты, лицензии, ноу-хау). Последний можно считать инновационным резервом социально-трудовой сферы региона.

Социально-трудовая сфера играет важную роль в обеспечении инновационного развития экономики региона. В экономической литературе существуют различные определения понятия «социально-трудовая сфера». В. Каменецкий под социально-трудовой сферой понимает «многоуровневую интегральную категорию», основными составляющими которой являются: «рынок труда, занятость и безработица, мотивация производительного труда (мотивы, интересы, стимулы, заработная плата); социальное партнерство; подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров; социально-культурный комплекс (здравоохранение, народное образование, наука, культура); социальная защита населения; социальное обеспечение; социальное страхование» [1, с. 16].

Понятие «социально-трудовая сфера» определяется также, как область действия:

- отношений, возникающих между участниками совместного трудового (производственного) процесса;
- отношений занятости;
- отношений по поводу распределения и потребления произведенного национального дохода [2].

Н.А. Волгин, Ю.А. Одегов социально-трудовую сферу определяют как сферу «социально-экономических процессов и отношений, в которой доминируют отношения по поводу общественных и производственных условий труда, по поводу его осуществления, организации, оплаты, дисциплины, по поводу трудовой этики, формирования и функционирования трудовых общностей и т.п.» [3, с. 249].

Социально-трудовая сфера как социально-экономическая категория выражает «в совокупности отношения между субъектами рынка труда по поводу комплексно развивающихся трудовых и социальных связей, охватывающих организацию занятости, предотвращение безработицы, тенденции подвижности, мобильности, общеобразовательной, профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников, мотивации, оплаты и стимулирования труда, уровня и качества жизни населения, регулирования всех этих процессов» [4, с. 9].

В приведенных определениях социально-трудовая сфера – весьма широкое понятие, которое охватывает обширный круг процессов и отношений, объединяя «социально-трудовые» и «социально-экономические отношения».

Мы согласны с мнением авторов, которые разграничивают понятия «трудовая сфера» и «со-

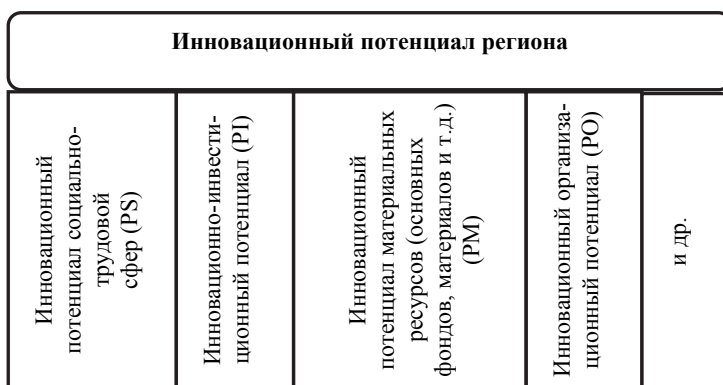


Рис. 1. Структура инновационного потенциала региона

циально-трудовая сфера» [5, 6]. Совокупность трудовых отношений является составной частью понятия «трудовая сфера», а совокупность трудовых и социально-трудовых отношений – составной частью понятия «социально-трудовая сфера». *Трудовая сфера* – это область действия, среда, в которой протекает процесс труда. Как экономическая категория, *трудовая сфера* представляет собой сложную систему, включающую в себя труд как целесообразную производительную деятельность и трудовые отношения, то есть отношения, возникающие непосредственно по поводу труда (организация, нормирование, оплата труда и т. д.) (см. рис. 1). Трудовые отношения протекают в недрах производства товаров и услуг. Поэтому трудовая сфера существует только на уровне отдельной организации, то есть на локальном уровне.

Социально-трудовая сфера – это область действия, среда, в которой протекает процесс труда как социально-трудовой процесс. Как экономическая категория *социально-трудовая сфера* представляет собой сложную систему трудовых и социально-трудовых отношений [5, с. 29].

На уровне региона социально-трудовая сфера представляет собой совокупность локальных и муниципальных социально-трудовых сфер. Структура региональной социально-трудовой сферы представлена на рис. 2.

При переходе к инновационному развитию функционирование социально-трудовой сферы региона имеет ряд особенностей. Меняется характер труда, трудовых и социально-трудовых отношений. Труд в инновационной экономике имеет особые черты:

1. Он носит преимущественно творческий характер, так как инновационная деятельность требует нестандартного, творческого подхода. Труд в инновационной экономике приобретает черты новаторства, то есть требует работника, предлагающего и внедряющего в практику предложения по совершенствованию, улучшению, рационализации производства с целью повышения эффективности деятельности и конкурентоспособности организации.

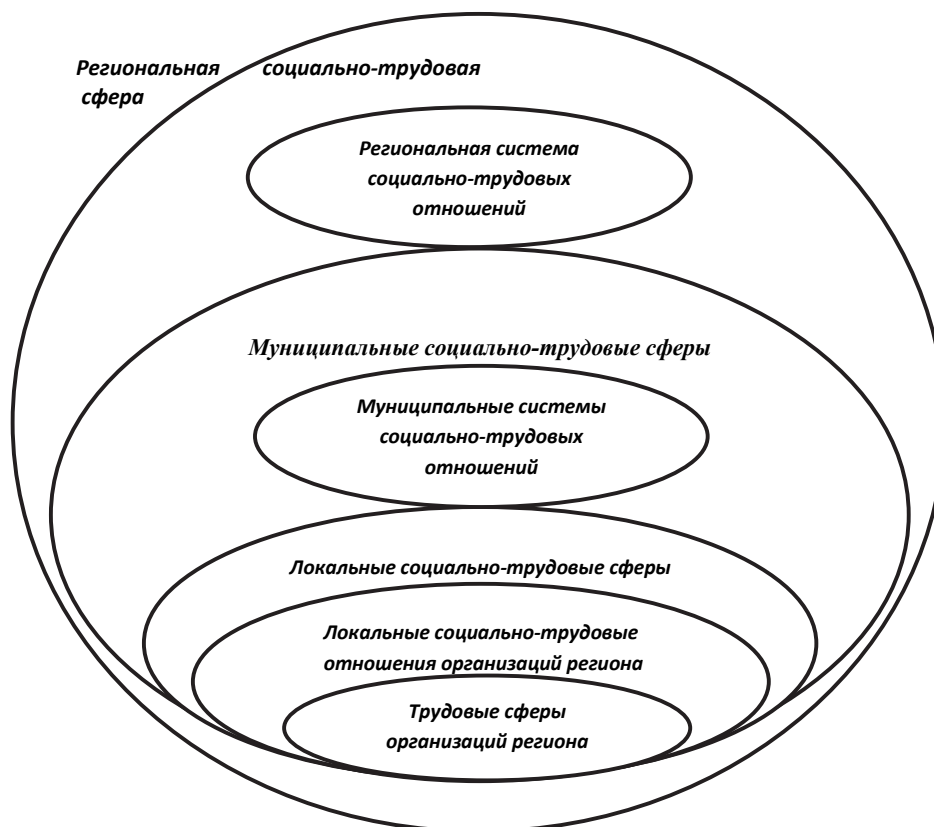


Рис. 2. Структура региональной социально-трудовой сферы

2. У работника формируется инновационная восприимчивость, лежащая в основе современного инновационного экономического мышления, способствующего организации инновационного стиля работы и повышению производительности труда.

3. Меняется система мотивации и стимулирования трудовой деятельности. Актуальным становится поиск новых мотивов стимулирования трудового поведения работника. В условиях инновационной экономики важнейшим условием функционирования предприятия является максимально возможное использование интеллектуального потенциала работников. Создается такая система мотивации труда, которая развивает интеллектуальную активность персонала. Система стимулирования дополняется внедрением стимулов такой деятельности, в результате которой у работников появляется заинтересованность в инновациях.

4. Труд основан на реализации непрерывно обновляющихся знаний, что резко усиливает самостоятельность работника, его профессионализм. В условиях постиндустриального общества предъявляются новые требования к способностям работника. Повышается значение таких характеристик человека, как уровень знаний, интеллекта, квалификация, навыки, накопленный опыт, личные качества. Более высокий уровень образования и квалификации рабочей силы, как результат эффективных вложений в человеческий капитал, приводит к более успешной адаптации работника к из-

менениям в экономической и социальной среде, способствует активному освоению новых знаний и навыков, достижений научно-технического прогресса.

5. Современный работник приобретает профессиональный универсализм и гибкость, содержательность его труда возрастает.

В инновационной экономике меняется характер трудовых и социально-трудовых отношений. К тенденциям развития социально-трудовой сферы можно отнести следующее.

1. Стратегией ее развития становится приоритет инновационной деятельности.

2. Тенденция усиления самостоятельности, ответственности, инициативности работника, его профессионализма увеличивает склонность к саморазвитию, к трудовой демократии. Инновационная деятельность позволяет работнику развиваться и самореализовываться. Работник наделяется все более широкими полномочиями по принятию решений, освобождается от детальной регламентации и стимулируется к самоконтролю и самопобуждению своей деятельности (т. е. внешние механизмы побуждения заменяются внутренними). Меняются модели трудового поведения от лояльности и патернализма по отношению к руководству фирмы к ценностям личной свободы и профессионализма. Формируются партнерские отношения и различные формы сотрудничества между разными уровнями организационной иерархии.

3. Расширение социальной ответственности и социальных функций организаций, что отражается на социально-трудовых отношениях.

В инновационной экономике происходит изменение социально-трудовых отношений; они могут содействовать или противодействовать инновационной деятельности работника и предпринимателя.

Исследования отечественных ученых-экономистов показывают: не будет инновационной экономики в России до тех пор, пока внешняя и внутренняя среда организаций существенно не изменится. Если большинство организаций может сравнительно благополучно существовать, не утруждая себя инновационной деятельностью, если персонал организаций не заинтересован в инновациях, в более полном использовании своего человеческого капитала, своих творческих и профессиональных резервов, следовательно, нет условий для перехода на новый путь развития [6, с. 56].

Анализ результатов социологических исследований показывает, что на уровне отдельных предприятий и на уровне региона в целом пока не сложилась система управления инновационной активностью субъектов трудовых и социально-трудовых отношений. Существующая в настоящее время система трудовых и социально-трудовых отношений не стимулирует инновационную активность работников и ведет к недооценке роли инноваций в конкурентной борьбе со стороны предпринимателей. Инновационный тип развития предполагает переход к обществу, которое способно динамично изменяться, создавать стимулы для разработки, освоения и внедрения новых технологий, используя соответствующие им формы организации трудовых и социально-трудовых отношений.

Нерешенность этих вопросов увеличивает напряженность социально-трудовых отношений, а отсутствие эффективных методов решения принципиально новых проблем в сфере труда замедляет развитие организаций региона. В этой связи построение модели социально-трудовых отношений в инновационной экономике региона, обеспечивающей разработку методов эффективного регулирования этой сферы, является актуальной задачей.

По нашему мнению, необходима разработка методологии развития социально-трудовой сферы региона в условиях перехода к инновационной экономике. На развитие социально-трудовой сферы региона будут влиять современное состояние региональной социально-трудовой сферы, особенности выполняемых задач, условия их реализации, способы и средства деятельности.

Основными элементами методологии являются:

1. Цель развития социально-трудовой сферы региона: обеспечение эффективного инновационного развития региона на основе создания социально-экономических условий для внедрения инноваций на основе производительного мотивированного труда, защиты трудовых прав и прав соб-

ственников, роста благосостояния работников региона.

2. Задачи развития: согласование интересов субъектов социально-трудовых отношений в условиях инновационного развития, постоянное совершенствование человеческих ресурсов и создание условий для их эффективного труда, повышение инновационного потенциала работников, повышение их мотивации к творческому труду.

3. Принципы развития социально-трудовой сферы региона. В качестве методологических принципов развития социально-трудовой сферы региона можно использовать следующие: инновационность, синхронизация действий («принцип синергии»), субсидиарность, целостность, реальность, комплексность, согласованность, своевременность, развитие общественной инициативы, приоритетность.

Принцип инновационности. Для обеспечения длительного и устойчивого функционирования региона необходима ориентация на его рост и инновационное развитие, следствием чего является стабильное наполнение бюджета. Ориентация на инновационные преобразования невозможна без изменения особенностей функционирования социально-трудовой сферы региона, создания объективных условий для развития человеческого потенциала региона.

Принцип синхронизации действий («принцип синергии»). Он требует, синхронизации основных реформ, осуществляемых в регионе и оказывающих влияние на социально-трудовую сферу регионов.

Принцип субсидиарности, который предполагает децентрализацию полномочий и исполнение тех или иных властных полномочий в социально-трудовой сфере (и соответствующую передачу этих полномочий) на уровень управления, на котором они могут быть исполнены наиболее эффективным образом.

Принцип целостности. Основные элементы модели, обладая определенной самостоятельностью, тесно взаимосвязаны и успешное развитие каждого из них невозможно без согласованного развития других.

Принцип реальности. Адекватность модели определяется соответствием современным реальным условиям и стратегическим целям и задачам развития региона.

Принцип комплексности. Вовлечение в сферу инновационной деятельности всех субъектов социально-трудовой сферы региона при регулирующей роли органов власти, общественных организаций и трудовых коллективов в выборе наилучших форм участия и воздействия на принятие региональных решений.

Принцип согласованности. Развитие отдельных элементов социально-трудовой сферы региона должно быть в целом согласовано с основными целями регионального социально-экономического развития.

Принцип своевременности. Необходим систематический мониторинг результативности модели, для чего требуется постоянное наблюдение за развитием социально-трудовой сферы региона. Важно оперативно учитывать способность социально-трудовой сферы региона к своевременному реагированию на соответствующие изменения.

Необходим также контроль за достижением целей инновационного развития в модели и решения задач системы мониторинга результативности.

Принцип развития общественной инициативы. Обязательное участие и взаимодействие в развитии потенциала социально-трудовой сферы региона региональных органов власти и общественных структур (объединений работников и работодателей и др. общественных организаций). Такое взаимодействие позволяет мобилизовать общественную инициативу на решение важнейших задач инновационного развития региона.

Принцип приоритетности. Реализуется тогда, когда определяются приоритеты социально-экономического развития региона и соответствующие им приоритеты развития социально-трудовой сферы региона.

В условиях формирования в регионе основ экономики инновационного типа возникает необходимость в разработке стратегии развития социально-трудовой сферы региона, что обусловлено:

1) особенностями развития социально-трудовой сферы в регионах разного типа, их специфики в осуществлении политики в области социально-трудовых отношений при переходе к инновационной экономике, переносом ряда направлений реформы в основном на региональный уровень;

2) необходимостью разработки специальных программ развития социально-трудовой сферы с целью осуществления перехода к инновационной экономике.

На рис. 3 приведена схема процесса разработки и реализации стратегии развития социально-трудовой сферы в регионе, представленная в виде логической последовательности процессов, состоящей из нескольких этапов. На первом этапе производится оценка состояния социально-трудовой сферы региона, анализируется влияние внешних и внутренних факторов. К внешним факторам, влияющим на региональную социально-трудовую сферу, можно отнести:

- федеральное законодательство о труде;
- политику федеральных органов власти в сфере труда и занятости;
- политику федеральных органов власти в сфере поддержки инновационных проектов;
- мировые и национальные экономические, политические процессы, влияющие на эффективность деятельности субъектов социально-трудовой сферы региона;
- уровень развития национального рынка труда;
- уровень инновационной активности работодателей и т. д.

К внутренним факторам, влияющим на региональную социально-трудовую сферу, можно отнести:

- наличие тесных взаимосвязей между субъектами региональной социально-трудовой сферы;
- уровень развития регионального рынка труда;
- политику региональных органов власти в сфере труда и занятости;
- политику региональных органов власти в сфере поддержки инновационных проектов, стимулирования изобретательства и рационализаторства и т. д.

На втором этапе определяются приоритетные цели развития социально-трудовой сферы региона, исходя из проведенного анализа ее состояния, а также формируются стратегические цели ее развития.

В качестве приоритетной цели развития экономики региона может рассматриваться переход к инновационному типу развития. Например, в Челябинской области сформулирована следующая цель стратегического развития региона: «...это обновленная, более эффективная экономика, современные высокотехнологичные предприятия с конкурентной продукцией и «умными» рабочими местами. Только при наличии такой экономики область сможет сохранить социальный характер своих финансов» [7]. В качестве приоритетной цели развития социально-трудовой сферы региона может рассматриваться ее соответствие стратегическим целям развития региона.

На следующих этапах осуществляется выбор стратегии, разработка региональных программ развития социально-трудовой сферы. В связи с неравномерным социально-экономическим развитием территорий, что связано также с различиями в уровне развития социально-трудовой сферы, необходима оценка существующего потенциала инновационного развития территории с целью выработки региональной политики в этой сфере, учитывающей особенности территориального развития. В этой связи необходимо обеспечить наличие в разрабатываемых целевых региональных программах развития социально-трудовой сферы разделов, предусматривающих:

- модернизацию производства;
- создание новых рабочих мест, повышение привлекательности предпринимательской деятельности в инновационной сфере;
- обеспечение сбалансированности профессионально-квалификационной структуры спроса и предложения рабочей силы на региональном рынке труда, в том числе на основе анализа и прогноза потребности отраслей экономики и соответствующих категориях работников и корректировки структуры профессионального обучения с учетом перспектив инновационного социально-экономического развития региона;
- создание эффективной многоуровневой системы подготовки кадров;

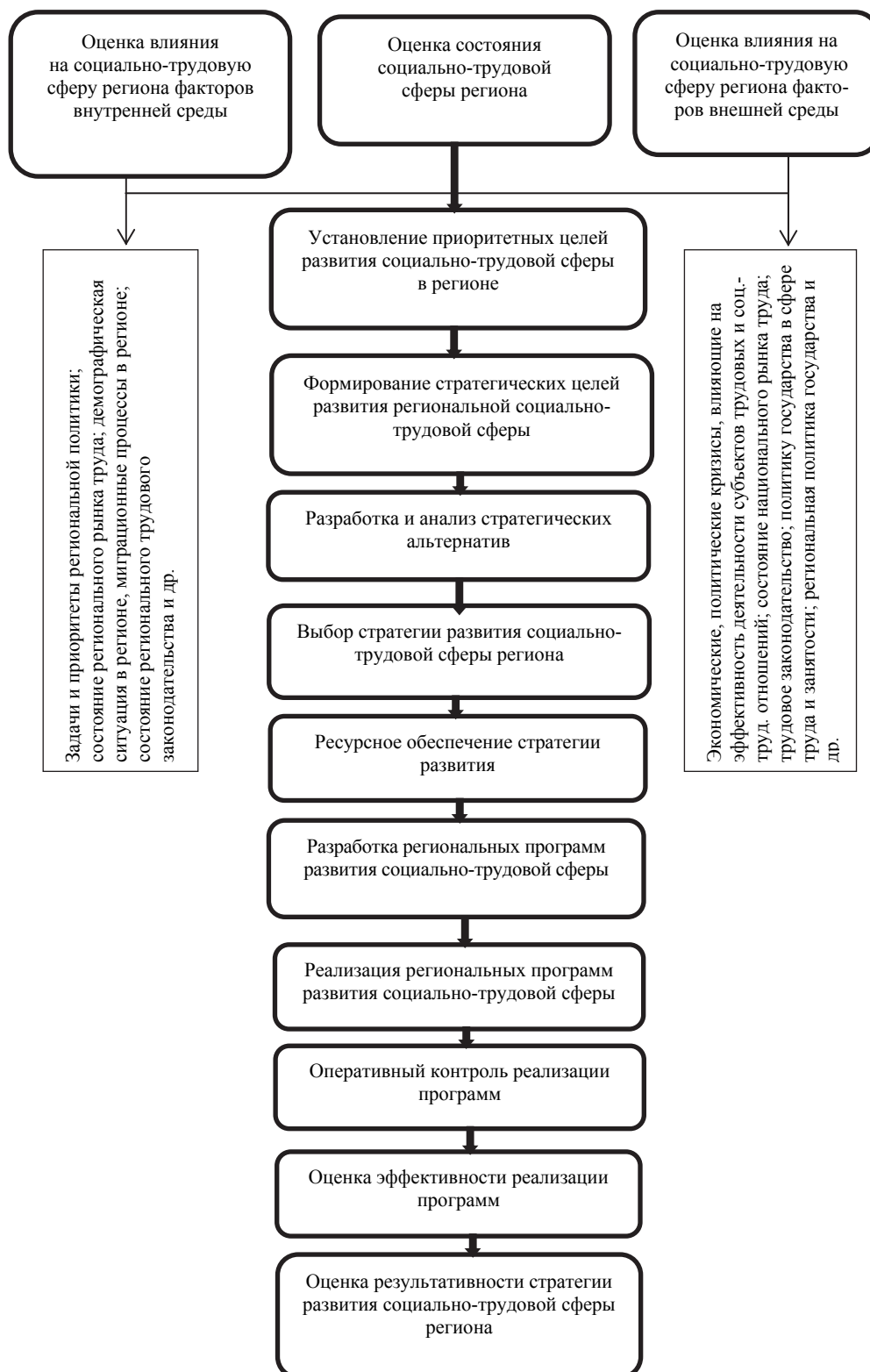


Рис. 3. Стратегия развития социально-трудовой сферы региона

– разработка и реализация мер, направленных на развитие и поддержку инновационной инициативы работников и др.

На конечных этапах должен обязательно проводиться оперативный контроль реализации программ, а также оценка эффективности реализации программ и оценка результативности стратегии развития социально-трудовой сферы региона.

Литература

1. Каменецкий, В.А. Социально-трудовая сфера в условиях трансформации российской экономики: дис. ... д-ра экон. наук / В.А. Каменецкий. – М., 2003.

2. Социально-трудовая сфера. Глоссарий [Электронный ресурс]. – http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_des2.cgi?qycoig/17.07.2012

3. Экономика труда: (социально-трудовые

отношения) / под ред. Н.А. Волгина, Ю.Г. Одегова. – М.: Экзамен, 2003.

4. Курмалиева, З.Х. Регулирование социально-трудовой сферы региона в условиях хозяйственных преобразований: дис. ... канд. экон. наук / З.Х. Курмалиева. – М., 2000.

5. Колмакова, И.Д. Теоретико-методологические основы системного регулирования социально-трудовых отношений региона: дис. ... д-ра экон. наук / И.Д. Колмакова. – Екатеринбург, 2007.

6. Белкин, В.Н. Теория человеческого капитала предприятия / В.Н. Белкин. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2012. – 400 с.

7. Концепцию инновационной политики сегодня представили на рассмотрение главы региона [Электронный ресурс]. – <http://gubernator74.ru/news/kontseptsiyu-innovatsionnoi-politiki-segodnya-predstavili-na-rassmotrenie-glavy-regiona> 18.07.2012

Поступила в редакцию 4 февраля 2013 г.

Колмакова Екатерина Микаеловна. Преподаватель кафедры «Финансовый менеджмент», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – проблемы труда, развития трудовой и социально-трудовой сферы. Контактный телефон: 8 908 040 77 39, e-mail: katekol_mn@mail.ru

Ekaterina Mikaelovna Kolmakova. Lecturer of the Department of the Financial Management, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: labor issues, the development of labor and social and labor spheres. Contact phone: 8 908 040 77 39, e-mail: katekol_mn@mail.ru

ТЕОРИЯ ОЦЕНКИ СИНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СТОИМОСТИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА БАЗЕ КВАНТОВО-МЕХАНИЧЕСКОГО ПОДХОДА

К.Э. Габрин, А.Е. Иванов, Е.М. Матвийшина, Ю.А. Чернецова

Статья посвящена описанию теоретического базиса определения и оценки деловой репутации предприятий на базе квантово-механического подхода.

Ключевые слова: квантовая механика, деловая репутация, нематериальные активы, матрица плотности вероятности, эгрегор, градиент энергии, квантовый домен, оценка стоимости, энергетический потенциал, социальный модуль, предприятие.

Настоящая статья является продолжением серии публикаций [6, 7, 8], посвященных разработке альтернативных методов расчета стоимостного эквивалента деловой репутации предприятия, а также корректировке этого понятия с учетом противоречий, накопившихся в различных интерпретациях этого феномена у разных исследователей.

Суть предлагаемого подхода заключается в том, что экономический субъект представляется в виде организованного набора кубитов, каждый из которых является квантово-механической моделью индивидуального сознания [5, 7]. Такая квантово-механическая система может быть описана с помощью понятийного аппарата и математических моделей, изложенных в современных интерпретациях квантовой механики. Подобный подход к моделированию позволяет рассматривать состояние системы-предприятия с позиции квантовой вероятности, что дает явные преимущества в оценке текущего состояния экономических субъектов и прогнозирования этих состояний в будущем [7, 8].

Большинство подходов к определению деловой репутации предприятия подразделяется на три группы.

1. Деловая репутация – нематериальный объект, который имеет стоимостное выражение, т. е. является экономическим активом и определяется разницей между ценой предприятия и стоимостью его активов и обязательств. (ПБУ 14/2007, И.В. Шер, С. Стерн, В.В. Ковалев, И.А. Бланк и др.) [1, 14].

2. Деловая репутация – часть НМА предприятия, которая определяется репутацией компании, деловыми связями, торговым знаком, постоянными клиентами и т.д. (Стандарт оценки бизнеса Американского общества оценщиков BVSI «Общие требования к разработке оценки бизнеса», Н.А. Абдулаева, Н.А. Колайко А.Г. Грязнова, М.А. Федотова, С.А. Ленская) [13].

3. Деловая репутация – это НМА, позволяющий получать большие прибыли (Ф. Пикслей, Э. Шмаленбах, К.Д. Ларсон, П.У. Миллер) [14].

Путаница в понятиях «гудвилл», «репутация», «деловая репутация», «интеллектуальные активы», «интеллектуальный капитал», «бренд компании», «доброе имя» и др. говорит о том, что по данному вопросу не существует единого мнения. Поскольку деловая репутация предприятия носит явно выраженный нематериальный характер, то попытки ее исследования с использованием традиционных экономических инструментов зачастую заводят в тупик. Базируясь на методах классической экономической теории, в принципе, невозможно выявить сущность деловой репутации предприятия и описать ее характеристики.

По мнению авторов, деловая репутация предприятия является оценкой синергетического эффекта его деятельности. Синергетический эффект отражает качество работы системы (предприятия) в целом, то есть эффективность использования ее элементов, является следствием взаимодействия большого числа факторов, носящих первично как экономический, так и иной характер и проявляется как достижение рыночных и внутриорганизационных преимуществ перед конкурентами.

Очевидно, что деловая репутация предприятия неотделима от деятельности его персонала, которую авторы предлагают рассматривать с позиции квантово-информационного взаимодействия среды и образуемых работниками социальных модулей.

При таком подходе индивидуальные и коллективные разумы функционируют вне «проявленной» реальности – в зоне, т. н. «квантового домена», – и образуют там сложную иерархию взаимодействующих объектов. Наблюдаемые человеком предметы, эффекты и процессы являются следствием, а не причиной [9, 10]. Все наблюдаемые человеком физические величины можно по-

лучить из математического образа квантовой системы – ее матрицы плотности вероятности, отражающей реальное объективное состояние системы с определенным энергетическим спектром.

Таким образом, можно сказать, что то, что принято называть деловой репутацией предприятия, является параметром состояния коллективного разума, эгрегора предприятия. Под эгрегором понимается устойчивый комплекс психоэнергетических взаимовлияний, неподконтрольных сознанию обычного индивидуума. Он обслуживает социальный узел (предприятие), обладает свойствами самоподдерживаться, существовать очень длительные периоды времени и помимо сознания людей (на подсознательном уровне) вносить коррективы в содержание их психики и мотивацию поведения [5, 11]. Следовательно, оценка деловой репутации предприятия может быть произведена только в энергетическом представлении – путем математического анализа соответствующей матрицы плотности вероятностей.

В современной экономической науке и практике принято считать, что деловая репутация организации может быть достоверно оценена лишь при осуществлении сделок M&A (Mergers and Acquisitions – слияния и поглощения, англ.), что находит свое отражение и в нормативных документах разных стран, регулирующих оценку и отражение в учете такой категории активов предприятия [1–4, 12]. Однако, исходя из квантово-механического подхода, можно сделать вывод о том, что до момента своей продажи предприятие обладает деловой репутацией, просто она находится не в «проявленном» состоянии наличия или отсутствия, а в суперпозиции этих состояний. Согласно квантово-механическому подходу, до момента продажи предприятия его деловая репутация находится в суперпозиции состояний, декогеренция которой может привести к признанию деловой репутации в качестве одного из активов предприятия, который может быть оценен классическими методами.

Реализация коллективной воли социального модуля происходит следующим образом. Из Пустоты, находящейся вне времени и пространства, из суперпозиционного состояния «проявляются» (декогерируют) энергетические уплотнения, распределенные в пространстве неким образом – формируется фрагмент пространства. При этом возникают и направленные потоки энергии, за счет которых система возвращается к равновесному состоянию. Появляется «стрела времени» со своим характерным масштабом – периодом установления равновесия. При движении к равновесию «проявившийся» мир локальных объектов (в нашем случае – совокупности ресурсов предприятия) снова «растворяется» в суперпозиции состояний – происходит рекогеренция. Любое изменение состояния системы ведет к изменению распределения энергии, и, следовательно, возникают вполне

реальные, объективные ее градиенты и потоки на тех уровнях реальности, где меняется само состояние. Квантовой статистикой доказано, что статистическое состояние системы зависит только от её энергии, и вероятности всех состояний могут быть выражены в виде функции только от величины её уровня [9, 10].

Напряжённость силового поля эгрегора есть мера быстроты снижения потенциала. Градиент энергии будет характеризовать мощность квантово-механической системы, ее способность к развитию и захвату в свое поле новых индивидуальных сознаний-кубитов. Положительная репутация будет сформирована в том случае, если «кубит-оценщик» будет, образно говоря, захвачен системой кубитов исследуемого предприятия, что будет означать безусловно-положительную его реакцию на деятельность исследуемого предприятия. Когда таких кубитов накопится много, происходит «проявление» деловой репутации из суперпозиционного состояния. Единственным условием для корректной реализации квантово-механического подхода при оценке деловой репутации является необходимость непосредственного контакта кубита-исследователя с квантово-механической системой исследуемого предприятия.

Таким образом, то, что называют репутацией или имиджем, это результат взаимодействия (в простейшем случае) двух эгрегоров. След этого контакта при любом бизнес-взаимодействии всегда отражается на обеих сторонах и формирует, соответственно, внешнюю и внутреннюю репутацию.

Из вышеизложенного следует, что оценка деловой репутации должна производиться на основе анализа энергетического потенциала интеллектуального ядра предприятия как квантово-механической системы – с использованием градиента энергии, задаваемого её матрицей плотности вероятности.

Литература

1. Положение по бухгалтерскому учету 14/2007 «Учет нематериальных активов» // Система Консультант Плюс.
2. Стандарт оценки бизнеса Американского общества оценщиков BVSI «Общие требования к разработке оценки бизнеса».
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы».
4. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнеса».
5. Воложанина, О.А. Управление развитием промышленного предприятия. Теория и методология: монография / О.А. Воложанина. – Челябинск: ООО «Пирс», 2008.
6. Габрин, К.Э. Деловая репутация организации: новый подход к определению и оценке на базе квантово-механической теории / К.Э. Габрин, Е.М. Матвийшина // Строительный комплекс:

Экономика, управление и инвестиции: сборник научных трудов. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2010. – Вып. 9.

7. Габрин, К.Э. Теория и практика оценки нематериальных активов предприятий на основе анализа матрицы плотности вероятности их лидерских групп / К.Э. Габрин, Е.М. Матвийшина // Строительный комплекс: Экономика, управление и инвестиции: сборник научных трудов. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2012.

8. Габрин, К.Э. Оценка нематериальных активов организаций через моделирование взаимодействия объектов проявленной реальности с их базисами в квантовом домене / К.Э. Габрин, Е.М. Матвийшина // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: материалы V Международной научно-практической конференции. – Пинск, Республика Беларусь, 2011.

9. Доронин, С.И. Квантовая магия / С.И. Доронин. – СПб.: Весь, 2007.

10. Доронин, С.И. Нагуализм с точки зрения квантовой теории / С.И. Доронин // Квантовая Магия. – 2004. – Том 1, вып. 4. – С. 4301–4322.

11. Заречный, М. Невидимая глубина Вселенной. Квантово-мистическая картина мира. Структура реальности. Путь человека / М. Заречный. – СПб.: Весь, 2009.

12. Письмак, В.П. Начала отрицания экономики / В.П. Письмак. – М.: Комкнига, 2007.

13. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебное пособие / под ред. Н.А. Абдулаева, Н. Колайко. – М.: ЭКМОС, 2000.

14. Соколов, Я.В. Гудвил: «новая» категория бухгалтерского учета / Я.В. Соколов, М.Л. Пятов // Бухгалтерский учет. – 1997. – № 2.

Поступила в редакцию 5 января 2013 г.

Габрин Константин Эдуардович. Доктор экономических наук, профессор кафедры экономики, управления и инвестиций, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – теория систем, математическое моделирование в экономике, управление развитием, градостроительство. Контактный телефон: (8-351) 267-92-80, e-mail: kongs@mail.ru

Gabrin Konstantin Eduardovich. Doctor of Science (Economics), Professor of the Economics, Management and Investments Department at South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: system theory, mathematical modeling in economics, development control, urban planning. Contact phone number: (8-351) 267-92-80, e-mail: kongs@mail.ru

Иванов Алексей Евгеньевич. Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, управления и инвестиций, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – экономическая синергетика. Контактный телефон: (8-351) 267-92-80, e-mail: ivanov.chel@list.ru

Ivanov Aleksey Evgenyevich. Candidate of Science (Economics), Associate Professor at Economics, Management and Investments Department at South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: economic synergetics. Contact phone number: (8-351) 267-92-80, e-mail: ivanov.chel@list.ru

Матвийшина Евгения Михайловна. Старший преподаватель кафедры экономики, управления и инвестиций, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – деловая репутация предприятий. Контактный телефон: (8-351) 267-92-80, e-mail: mem_03@list.ru

Matviyshina Evgeniya Mikhaylovna. Senior lecturer at Economics, Management and Investments Department at South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: enterprise goodwill. Contact phone number: (8-351) 267-92-80, e-mail: mem_03@list.ru

Чернецова Юлия Александровна. Аспирант кафедры экономики, управления и инвестиций, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – инновации в инвестиционно-строительной среде, деловая репутация предприятий, проблемы управления в инвестиционно-строительном комплексе. Контактный телефон: (8-351) 267-92-80, e-mail: cher_ju@mail.ru

Tchernetsova Yuliya Aleksandrovna. Postgraduate student at Economics, Management and Investments Department at South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: innovations in investment and construction sphere, enterprise goodwill, management problems in investment and construction sector. Contact phone number: (8-351) 267-92-80, e-mail: cher_ju@mail.ru

НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ТЕХНОЛОГИИ ОЦЕНКИ РИСКОВ КРЕДИТОВАНИЯ ПРИ ПРОЕКТНОМ ФИНАНСИРОВАНИИ

М.Я. Ходоровский, А.Ю. Домников, Г.С. Чеботарева

Представлена технология оценки рисков кредитования. На основе имитационных расчетов предлагается выработка направлений по снижению существующих рисков и выбора оптимального варианта финансирования проекта коммерческим банком.

Ключевые слова: проектное финансирование, оценка риска, совокупный риск, финансово-экономическое положение, бизнес-план, сравнительный анализ, финансово-экономическая методика, коммерческий банк.

Деятельность коммерческих банков на рынке кредитования сопровождается высокими рисками и заставляет руководство искать решения по нейтрализации негативных факторов, влияющих на финансовые результаты. Эта проблема становится наиболее актуальной в условиях высоких рисков кредитования инвестиционных проектов. Следовательно, возникает необходимость идентификации рисков в проектах, предлагаемых для финансирования, и разработки методического аппарата, позволяющего руководству коммерческого банка принимать оптимальные решения о возможности кредитования с учетом факторов неопределенности [3].

Предложенная методика оценки совокупного риска проектного финансирования относится к экспертно-аналитическим методам качественного анализа. Её суть состоит в приведении к минимальному значению субъективных оценок за счет привлечения к анализу высококомпетентных специалистов-экспертов. Итогом проведенного анализа будут данные о средней величине риска по проекту и уровне его эффективности. Опираясь на результаты, инвесторы смогут оптимизировать выбор проектов для наиболее удачного вложения финансовых ресурсов [4, 5].

Разработанную методику оценки рисков кредитования при проектном финансировании можно представить в виде общей схемы, показанной на рис. 1.

В целом итоговый показатель совокупного риска по проекту (отдельно для каждого уровня) можно рассчитать по формуле [1]:

$$S_{int} = \frac{\sum [R_i \cdot R_{i+1} \sin \{ (\sum \alpha_{R_n} (P_i) + \sum \alpha_{R_n} (U_j)) / (m+k) \}]}{2}$$

где S_{int} – показатель величины совокупного риска по проекту; R_i – сторона a ; R_{i+1} – сторона b ; $(\sum \alpha_{R_n} (P_i) + \sum \alpha_{R_n} (U_j)) / (m+k)$ = угол α ; $\alpha_{R_n} (P_i)$ – значение экспертной оценки влияния n -го фактора на i -й показатель финансово-экономической устойчивости проекта; $\alpha_{R_n} (U_j)$ – значение экспертной оценки влияния n -го фактора на j -й показатель финансового результата проекта; k – коли-

чество оценочных показателей финансового результата; m – количество оценочных показателей финансово-экономической устойчивости проекта.

Для примера использования представленной выше методики рассмотрим условный проект «Строительство кирпичного завода в уральском регионе».

Основные параметры проекта таковы: организация, состоящая в холдинге, открывает проектную компанию для строительства завода.

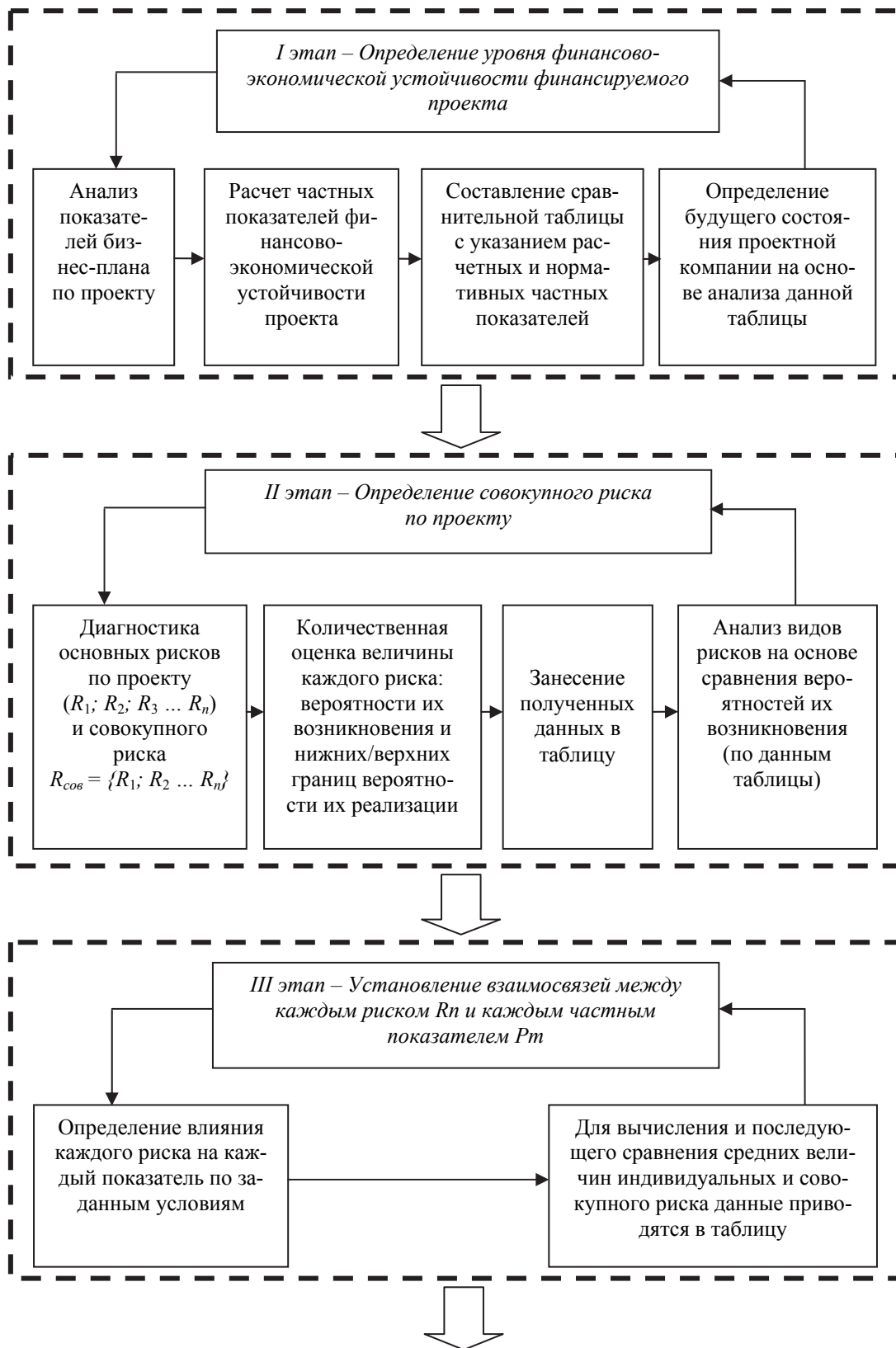
Общие показатели проекта таковы: запрашиваемая величина финансирования у банка – 150 млн руб.; срок кредита – 10 лет.

Прогнозные показатели бизнес-плана, необходимые для расчета частных показателей финансово-экономической устойчивости проекта указаны в табл. 1.

Таблица 1
Прогнозные показатели бизнес-плана проекта

Показатель	Ед. измерения	Значение
1. Выручка проекта	млн руб./год	35
2. Прибыль до налогообложения	млн руб./год	14
3. Прибыль проекта	млн руб./год	9,8
4. Сумма налогов, начисленных на прибыль	млн руб./год	4,2
5. Активы проекта	млн руб.	115
6. Краткосрочные обязательства	млн руб.	10
7. Оборотные активы	млн руб.	20
8. Собственный капитал	млн руб.	37,5
9. Капитал, вложенный в активы	млн руб.	100
10. Собственные оборотные средства	млн руб.	3
11. Свободные денежные средства	млн руб.	1
12. Количество работающих над проектом	человек	20

Величина собственного капитала, вкладываемого в проект, будет составлять 20 % – 37,5 млн руб. (общая величина необходимых средств – 187,5 млн руб.).



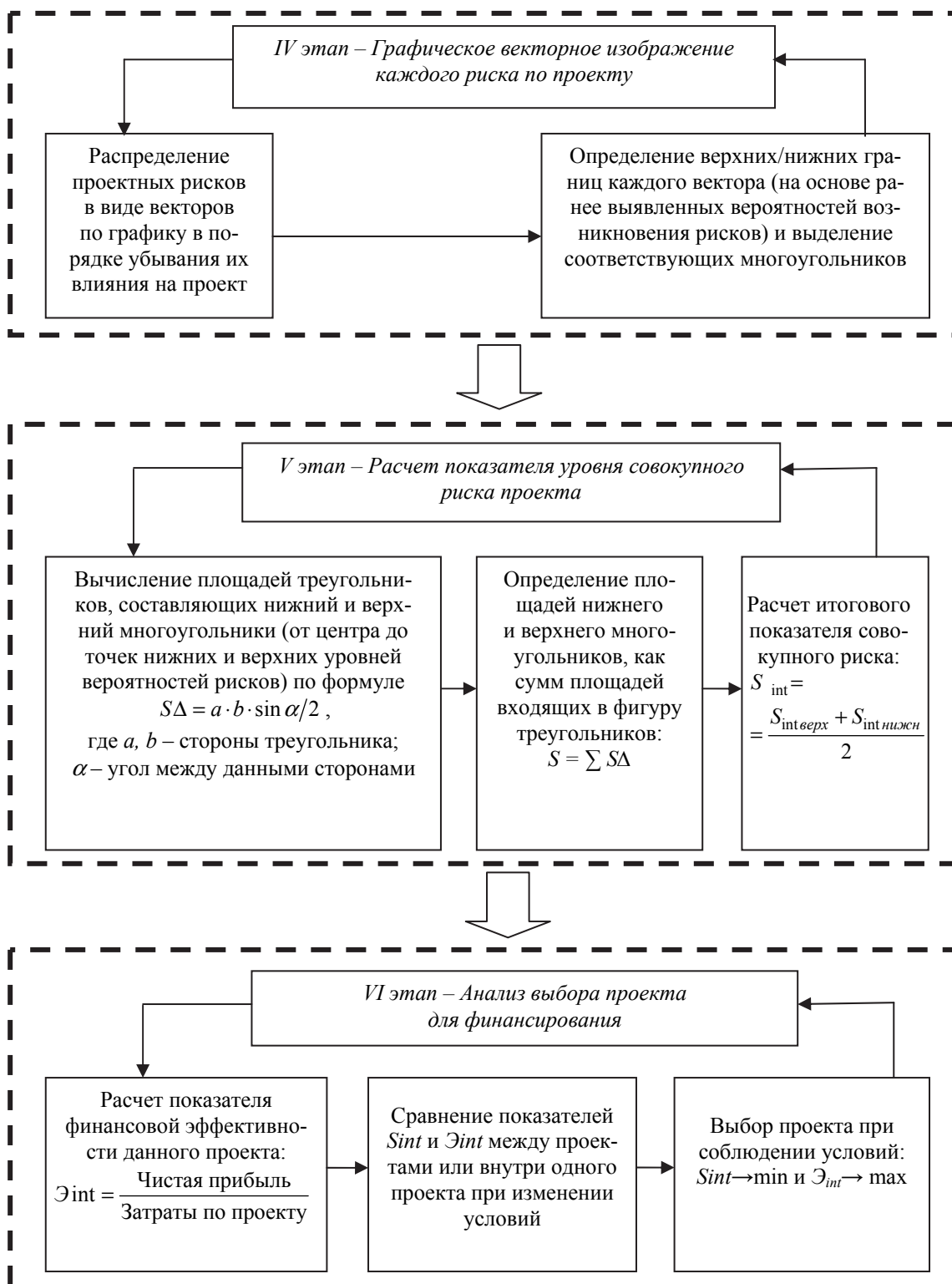


Рис. 1. Схема оценки рисков кредитования

Далее рассчитывается финансово-экономическая устойчивость проекта, которая представлена в виде частных показателей в табл. 2 [1].

В соответствии с рассчитанными данным будущее финансовое положение проекта можно оценить как «устойчивое». Это связано с соответствием полученных значений установленным нормам.

В среднем рентабельность активов должна быть выше 10 % (в проекте – 12 %). Нормативный показатель для рентабельности продаж – не менее 30 % (в проекте данный показатель стремится к нормативу и составляет 28 %). Налоговая нагрузка по нормам, установленным налоговым законодательством, должна быть не менее 10 % (по проекту данное значение на уровне 12 %). Платежеспособность проекта определяется показателями ликвидности. Значение текущей ликвидности превышает необходимую норму более чем в два раза (2 вместо минимального 0,8), а значение абсолютной ликвидности стремится к минимальному (0,1 вместо 0,15). Показатель обеспеченности собственными средствами также превышает необходимый минимальный уровень в 10 % (по проекту – 15 %). Средняя выработка на человека по проекту также довольно высока – 1,75 млн руб. на одного сотрудника. Единственный показатель по проекту, который существенно ниже норматива (на 34 %), это коэффициент автономности проекта (37,5 % вместо норматива в 50 %).

Таким образом, в данном проекте будет наблюдаться устойчивое финансовое положение при относительно низком удельном весе собственных средств в общей сумме финансирования активов.

На следующем этапе необходимо определить величину совокупного риска проектного финансирования: $R_{сов} = \{R_1; R_2; R_3; R_4 \dots R_n\}$.

В данном примере рассматривается 10 видов риска, которые вместе со средними и предельными нижними и верхними величинами уровня вероятности их наступления указаны в табл. 3 [1, 2].

По таблице видно, что наиболее вероятными рисками в данном проекте являются R_1 (риски, связанные с деловой репутацией клиента), R_9 (риски финансового состояния инициаторов проекта), R_{10} (риски, связанные с залогом). Менее вероятными является риски команды проекта (R_5).

Таким образом, в данном инвестиционном проекте совокупный риск будет определяться по формуле

$$R_{сов} = \{R_1; R_2; R_3; R_4; R_5; R_6; R_7; R_8; R_9; R_{10}\}.$$

На следующем этапе определяется влияние каждого простого фактора риска R_n на каждый показатель финансово-экономической устойчивости P_m проекта.

В соответствии с указанной ниже шкалой влияние рисков на показатели представлено в табл. 4.

Шкала оценки риска такова: до 15° – слабая степень влияния; 15–30° – умеренная степень влияния; 31–45° – существенная степень влияния; 46–60° – сильная степень влияния; 61–75° – критически сильная степень влияния; 76–90° – катастрофически сильная степень влияния [1].

$R_{сред}$ показывает, как каждый вид риска влияет на проект в целом в градусном измерении.

Так, наибольшее влияние на проект оказывают риски R_4 (риск разрыва отношений со стратегическим партнером), R_7 (риски эксплуатационной фазы проекта), R_6 (риски завершения проекта), а наименьшее влияние (но не низкое) в относительном сравнении R_{10} (риски, связанные с залогом).

Таблица 2
Частные показатели, характеризующие финансово-экономическую устойчивость проекта

Частный показатель	Формула	Обозначение	Расчетные показатели	Норм. значения
1. Рентабельность активов проекта	Проектная прибыль до налогообложения / Активы проекта	P_1	14/115 = 0,12	>0,1
2. Рентабельность продаж проекта	Прибыль проекта / Выручка проекта	P_2	9,8/35 = 0,28	>0,3
3. Налоговые обязательства	Сумма налога, начисленная на прибыль проекта / Выручка проекта	P_3	4,2/35 = 0,12	>0,1
4. Платежеспособность проекта	Краткосрочные обязательства × Период оценки / Выручка проекта	P_4	10·10/35 = 2,86	>2
5. Ликвидность проекта	Оборотные активы / Краткосрочные обязательства	P_5	20/10 = 2	>0,8–1
6. Автономность проекта	Собственный капитал / Капитал, вложенный в активы проекта	P_6	37,5/100 = 0,375	>0,5
7. Обеспеченность проекта собственными средствами	Собственные оборотные средства / Оборотные активы	P_7	3/20 = 0,15	>0,1
8. Абсолютная ликвидность проекта	Свободные денежные средства / Краткосрочные обязательства	P_8	1/10 = 0,1	>0,2–0,7
9. Средняя проектная выработка на одного работника	Выручка проекта / Среднесписочное количество работающих	P_9	35/20 = 1,75	

Таблица 3

Интервалы вероятности возникновения неблагоприятных событий

Наименование риска	Средняя величина риска	Предельная нижняя граница вероятности возникновения	Предельная верхняя граница вероятности возникновения
1. Риски, связанные с деловой репутацией клиента	$R_1 = 0,35$	$R_{1y_n} = 0,20$	$R_{1y_g} = 0,50$
2. Акционерные риски	$R_2 = 0,25$	$R_{2y_n} = 0,20$	$R_{2y_g} = 0,30$
3. Риски кредитования компаний, являющихся частью холдинга	$R_3 = 0,25$	$R_{3y_n} = 0,15$	$R_{3y_g} = 0,35$
4. Риск разрыва отношений со стратегическим партнером	$R_4 = 0,15$	$R_{4y_n} = 0,10$	$R_{4y_g} = 0,20$
5. Риск команды проекта	$R_5 = 0,10$	$R_{5y_n} = 0,08$	$R_{5y_g} = 0,12$
6. Риски завершения проекта	$R_6 = 0,25$	$R_{6y_n} = 0,20$	$R_{6y_g} = 0,30$
7. Риски эксплуатационной фазы проекта	$R_7 = 0,30$	$R_{7y_n} = 0,20$	$R_{7y_g} = 0,40$
8. Процентный риск	$R_8 = 0,20$	$R_{8y_n} = 0,17$	$R_{8y_g} = 0,23$
9. Риски финансового состояния инициаторов проекта	$R_9 = 0,35$	$R_{9y_n} = 0,30$	$R_{9y_g} = 0,40$
10. Риски, связанные с залогом	$R_{10} = 0,35$	$R_{10y_n} = 0,30$	$R_{10y_g} = 0,40$

Таблица 4

Влияние рисков по проекту на показатели его финансово-экономической устойчивости

	P_1	P_2	P_3	P_4	P_5	P_6	P_7	P_8	P_9	$R_{ср}$
R_1	31°	25°	20°	35°	20°	31°	31°	20°	20°	25,9°
R_2	40°	20°	31°	30°	20°	25°	46°	31°	15°	28,7°
R_3	46°	35°	35°	27°	35°	31°	18°	43°	35°	33,9°
R_4	61°	70°	35°	46°	61°	46°	40°	43°	46°	49,8°
R_5	20°	30°	30°	31°	25°	20°	20°	15°	62°	28,1°
R_6	40°	20°	45°	46°	46°	45°	46°	45°	35°	40,9°
R_7	61°	61°	55°	46°	46°	45°	38°	48°	35°	48,3°
R_8	46°	25°	40°	31°	40°	46°	50°	38°	30°	38,4°
R_9	7°	15°	30°	46°	35°	46°	50°	61°	50°	37,8°
R_{10}	8°	20°	20°	20°	15°	20°	19°	16°	20°	17,6°
$R_{ср}$	360°	321°	341°	358°	343°	324°	358°	360°	348°	349,4°

гом), R_1 (риски связанные с деловой репутацией клиента), R_2 (акционерные риски).

На четвертом этапе для более полного анализа совокупного риска проектного финансирования необходимо изобразить графически в плоскости все факторы риска в виде векторов.

Каждый из них имеет свое начало в единой точке со значением ноль, обозначающий отсутствие риска проектного финансирования, и оканчивается в точке со значением единица, достигая которой неблагоприятное событие становится неизбежным.

Вектора располагаются в порядке убывания степени влияния на проект (данное влияние показывает величина угла в градусах).

Таким образом, четвертый этап дает возможность зрительно представить, какие виды рисков и наиболее вероятны в проекте, и оказывают на него существенное влияние одновременно, а также в целом оценить величину совокупного риска в проекте и его удаленность от нулевого значения (который характеризует полное отсутствие риска в проекте).

Изображение величины совокупного риска по предлагаемому инвестиционному проекту «Строительство кирпичного завода в уральском регионе» представлено на рис. 2.

На пятом этапе осуществляется расчет площадей полученных многоугольников:

$$S_{\text{ит.верх}} = \frac{1}{2} \cdot (0,2 \cdot 0,4 \cdot \sin 48,3^\circ + 0,4 \cdot 0,3 \cdot \sin 40,9^\circ + 0,3 \cdot 0,23 \cdot \sin 38,4^\circ + 0,23 \cdot 0,4 \cdot \sin 37,8^\circ + 0,4 \cdot 0,35 \cdot \sin 33,9^\circ + 0,35 \cdot 0,3 \cdot \sin 28,7^\circ + 0,3 \cdot 0,12 \cdot \sin 28,1^\circ + 0,12 \cdot 0,5 \cdot \sin 25,9^\circ + 0,5 \cdot 0,4 \cdot \sin 17,6^\circ + 0,4 \cdot 0,2 \cdot \sin 49,8^\circ) = 0,530$$

– площадь многоугольника, ограниченного верхним уровнем.

$$S_{\text{ит.нижн}} = \frac{1}{2} \cdot (0,1 \cdot 0,2 \cdot \sin 48,3^\circ + 0,2 \cdot 0,2 \cdot \sin 40,9^\circ + 0,2 \cdot 0,17 \cdot \sin 38,4^\circ + 0,17 \cdot 0,3 \cdot \sin 37,8^\circ + 0,3 \cdot 0,15 \cdot \sin 33,9^\circ + 0,15 \cdot 0,2 \cdot \sin 28,7^\circ + 0,2 \cdot 0,08 \cdot \sin 28,1^\circ + 0,08 \cdot 0,2 \cdot \sin 25,9^\circ + 0,2 \cdot 0,3 \cdot \sin 17,6^\circ + 0,3 \cdot 0,1 \cdot \sin 49,8^\circ) = 0,188$$

– площадь многоугольника, ограниченного нижним уровнем.

$S_{\text{ит}} = \frac{1}{2} \cdot (0,530 + 0,188) = 0,359$ – величина совокупного риска. Данный показатель используется при сравнении для обоснования решения по

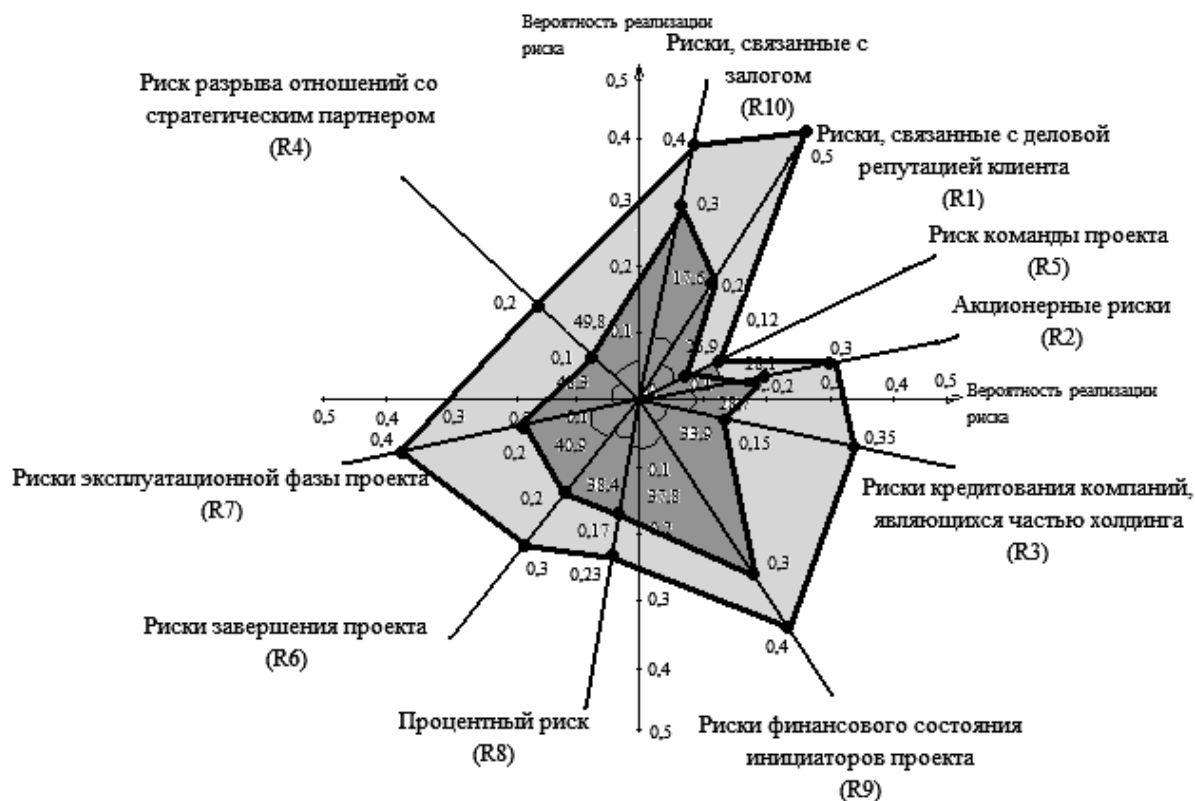


Рис. 2. Графическая модель интегральной оценки нижнего и верхнего уровня совокупного риска проектного финансирования

выбору проекта для финансирования из нескольких.

На шестом этапе рассчитывается уровень финансовой эффективности:

$$\mathcal{E}_{int} = 9,8 / (35 - 14) = 0,47$$

– данный показатель говорит о том, что в данном проекте на 1 рубль затрат приходится 47 копеек прибыли. Рассчитанное значение является высоким, так как минимально допустимое значение, которое говорит о высокой эффективности проекта, данного показателя должно быть не менее 0,15.

Чтобы показать анализ выбора проекта при заданных условиях из нескольких предложенных изменим отдельные показатели предложенного проекта и рассмотрим ряд различных случаев.

Пусть во втором проекте при прочих равных условиях за счет увеличения объема производства, продаж, роста цен и снижения затрат произошли следующие изменения, указанные в табл. 5.

Таблица 5
Прогнозные показатели бизнес-плана второго проекта

Показатель	Ед. измерения	Значение
Выручка проекта	млн руб./год	50
Прибыль до налогообложения	млн руб./год	25
Прибыль проекта	млн руб./год	17,5
Сумма налогов, начисленных на прибыль	млн руб./год	7,5

Следовательно, $\mathcal{E}_{int} = 0,70$ – то есть в данном проекте на 1 рубль затрат приходится 70 копеек прибыли.

Также во втором проекте при прочих равных условиях происходит снижение уровня отдельных рисков (при сохранении остальных рисков на прежнем уровне):

- рисков, связанных с залогом (R_{10}) – путем составления подробного залогового бюджета [2];
- рисков команды проекта (R_5) – путем отбора и согласования с банком кандидатур в команду проекта [2].

Следовательно, вероятность возникновения этих рисков снизится до уровня, указанного в табл. 6, а степень влияния этих рисков на показатели финансово-экономической устойчивости проекта будет составлять:

По риску команды проекта – 26° (при $28,1^\circ$ в базовом проекте). По рискам, связанным с залогом – до 10° (при $17,6^\circ$ в базовом проекте).

Таким образом, необходимо определить новое значение показателя совокупного риска, которое рассчитывается аналогично с базовым проектом:

$S_{int,верх} = 0,508$ – площадь верхнего многоугольника для второго проекта.

$S_{int,нижн} = 0,151$ – площадь нижнего многоугольника для второго проекта.

$S_{int} = 0,329$ – величина совокупного риска во втором проекте.

Таблица 6

Интервалы вероятности возникновения рисков для второго проекта

Наименование риска	Средняя величина риска	Предельная нижняя граница вероятности возникновения	Предельная верхняя граница вероятности возникновения
5. Риск команды проекта	$R_5 = 0,06$	$R_{5y_n} = 0,05$	$R_{5y_e} = 0,07$
10. Риски, связанные с залогом	$R_{10} = 0,20$	$R_{10y_n} = 0,10$	$R_{10y_e} = 0,30$

Третий вариант проекта предполагает пессимистический вариант развития событий со следующими показателями бизнес-плана, указанными в табл. 7.

Таблица 7
Прогнозные показатели бизнес-плана
третьего проекта

Показатель	Ед. измерения	Значение
Выручка проекта	млн руб./год	25
Прибыль до налогообложения	млн руб./год	7
Прибыль проекта	млн руб./год	4,9
Сумма налогов, начисленных на прибыль	млн руб./год	2,1

$\varepsilon_{int} = 0,27$ – то есть в данном проекте на 1 рубль затрат приходится 27 копеек прибыли.

Условия по рискам в третьем проекте таковы. По сравнению с базовыми условиями были применены мероприятия по снижению рисков кредитования компаний, являющихся частью холдинга (R_3), путем оформления в залог по кредиту всего имущества проектной компании, определения условий в договоре о согласовании с банком выдаваемых поручительств в пользу третьих лиц и штрафных санкций за невыполнение данных условий [2].

Следовательно, вероятность данного риска снизится до 0,15 при нижней и верхней границе в 0,10 и 0,20 соответственно. Также степень влияния данного риска на проект составит 29° (при $33,9^\circ$ в базовом проекте).

Таким образом, новое значение показателя совокупного риска следующее:

$S_{int.верх} = 0,470$ – площадь многоугольника, ограниченного верхним уровнем.

$S_{int.нижн} = 0,174$ – площадь многоугольника, ограниченного нижним уровнем.

$S_{int} = 0,322$ – величина совокупного риска для третьего проекта.

В четвертом проекте предусматриваются средние показатели бизнес-плана, указанные в табл. 8.

$\varepsilon_{int} = 0,52$ – то есть в данном проекте на 1 рубль затрат приходится 52 копейки прибыли.

Условия по рискам в данном проекте следующие. По сравнению с базовым проектом в данном

случае здесь были проведены мероприятия по снижению акционерных рисков (R_2) путем залога 100 % акций проектной компании и введения в совет директоров компании-заемщика работников банка (с правом блокирующего голоса при осуществлении существенных кредитных сделок) [2].

Таблица 8
Прогнозные показатели бизнес-плана четвертого
проекта

Показатель	Ед. измерения	Значение
Выручка проекта	млн руб./год	37
Прибыль до налогообложения	млн руб./год	15
Прибыль проекта	млн руб./год	11,5
Сумма налогов, начисленных на прибыль	млн руб./год	4,5

Таким образом, вероятность возникновения данного риска составит 0,15 при нижнем и верхнем уровнях в 0,10 и 0,20 соответственно.

Уровень влияния данного риска на проект равен $28,1^\circ$ (при $28,7^\circ$ в базовом проекте).

Следовательно, значение величины совокупного риска для четвертого проекта таково:

$S_{int.верх} = 0,507$ – площадь верхнего многоугольника для четвертого проекта.

$S_{int.нижн} = 0,173$ – площадь нижнего многоугольника для четвертого проекта.

$S_{int} = 0,340$ – величина совокупного риска для четвертого проекта.

Для характеристики финансово-экономической устойчивости каждого из предложенных вариантов и сравнении их с положением базового проекта проведем соответствующих анализ по аналогии с анализом первоначальных частных показателей.

Рассчитанные и нормативные частные показатели по каждому проекту представлены в табл. 9.

Таким образом, расчетные показатели в третьем случае намного меньше значений проекта с базовыми условиями и не соответствуют нормативным величинам. Следовательно, третий проект характеризуется как проект с неустойчивым финансовым положением. Видоизмененные второй и четвертый проекты соответствуют нормативным показателям (проекты являются финансово-устойчивыми), однако наиболее предпочтительным является проект со вторым условием, так как

Экономика и финансы

его показатели превышают все остальные соответствующие значения.

В целом для выбора проекта необходимо провести анализ показателей заключительной сводной табл. 10.

выручка находится на уровне 50 млн руб. в год (при 35 млн руб. в базовом проекте и 25 млн руб. в третьем наиболее худшем проекте) за счет более высокого уровня производства и продаж данной продукции. Следовательно, во втором проекте даже

Таблица 9
Частные показатели, характеризующие финансово-экономическую устойчивость проекта

Частный показатель	Расчетные показатели				Норм. значения
	Базовый проект	Второй проект	Третий проект	Четвертый проект	
1. Рентабельность активов проекта	0,12	0,22	0,06	0,13	>0,1
2. Рентабельность продаж проекта	0,28	0,35	0,20	0,31	>0,3
3. Налоговые обязательства проекта	0,12	0,15	0,08	0,12	>0,1
4. Платежеспособность проекта	2,86	2	4	2,7	>2
5. Ликвидность проекта	2	2	2	2	>0,8-1
6. Автономность проекта	0,375	0,375	0,375	0,375	>0,5
7. Обеспеченность проекта собственными средствами проекта	0,15	0,15	0,15	0,15	>0,1
8. Абсолютная ликвидность проекта	0,1	0,1	0,1	0,1	>0,2
9. Средняя выработка на одного работника	1,75	2,5	1,25	1,85	

Таблица 10
Сравнение показателей для выбора проекта

Показатель	Базовый проект	Второй проект	Третий проект	Четвертый проект
S_{int}	0,359	0,329	0,322	0,340
\mathcal{E}_{int}	0,47	0,70	0,27	0,52

Главным критерием выбора проекта для финансирования в данной методике является соблюдение условий: $S_{int} \rightarrow \min$, а $\mathcal{E}_{int} \rightarrow \max$.

Таким образом, из табл. 10 видно, что наиболее предпочтительным является проект во втором случае, так как именно он в наибольшей степени соответствует указанным критериям. Базовый проект отклоняется от финансирования из-за наибольшего уровня совокупного риска (0,359) среди всех представленных проектов. Третий проект не берется к финансированию в связи с наименьшим показателем его эффективности (0,27). Среди оставшихся проектов второй является наиболее подходящим, так как уровень его прибыльности является максимальным среди всех проектов (0,70), а показатель риска стремится к минимальному значению (0,329). Помимо этого прибыль второго проекта гораздо выше, чем в других вариантах, и составляет 17,5 млн руб. (при 11,5 млн руб. в четвертом проекте, 9,8 млн руб. в первом проекте и 4,9 млн руб. в третьем).

Результативные показатели второго проекта являются наилучшими по сравнению с показателями других проектов по следующим причинам. Во-первых, бизнес-планом данного проекта предполагаются более высокие показатели деятельности:

при более высоких затратах наблюдается наибольший уровень прибыли и, таким образом, эффективности (прибыльности) проекта ($\mathcal{E}_{int} \rightarrow \max$).

Также во втором проекте (по сравнению с базовым проектом) произошло снижение уровня рисков за счет таких мероприятий, как составление подробного залогового бюджета и отбора и согласования с банком кандидатур в команду проекта. Это привело к снижению значимости отдельных рисков для проекта (уменьшение показателя α_i) и снижению вероятности их возникновения (снижение показателей R_i). Следовательно, снизился и показатель совокупного риска S_{int} , который напрямую зависит от данных величин.

Для сравнения также были рассмотрены третий и четвертый проекты, состояние которых заключается в следующем.

В третьем проекте наблюдается самый низкий среди всех показатель уровня совокупного риска. Это было достигнуто за счет снижения риска кредитования компаний, являющихся частью холдинга (путем оформления имущества компании в залог и необходимости согласования с банком выдаваемых поручительств). Однако одновременно с этим третий проект обладает и наименьшим пока-

зателем эффективности деятельности, так как его бизнес-планом предусматривается снижение производства и продаж, а следовательно, выручки, прибыли и итоговых данных работы.

Четвертый проект характеризуется средними финансовыми показателями деятельности. Однако уровень риска, хотя и снижен по сравнению с базовым проектом (за счет залога 100 % акций компании), находится на относительно высоком уровне в рассматриваемой ситуации.

Таким образом, рассмотренная выше технология оценки рисков проектного финансирования представляет собой методику по идентификации и оценке уровня риска в каждом проекте и степени их влияния на примере условно созданного проекта «Строительство завода в уральском регионе». Предложенная методика позволяет определить основные направления по снижению рисков, а также выбрать для финансирования проект с оптимальным соотношением уровня риска и эффективности деятельности.

Литература

1. Астаркина, Н.Р. Финансово-экономическая методика оценки совокупного риска проектного финансирования малого бизнеса / Н.Р. Астаркина // Управление экономическими системами. Серия финансы и кредит. – 2011. – № 8.
2. Минные поля проектного финансирования / под ред. Т.А. Беликова. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.
3. Прогнозирование рисков заемщиков при коммерческом и банковском кредите / А.Н. Непп, В.А. Денисов, И.В. Демина, А.Ю. Домников // Проблемы анализа риска. – 2012. – Т. 9. – № 1.
4. Стрижакова, У.Н. Внедрение интегрированного управления рисками на промышленном предприятии / У.Н. Стрижакова, Д.В. Стрижаков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 3.
5. Управление рисками при реализации инвестиционных проектов / под ред. В.А. Москвина. – М.: Финансы и статистика, 2004.

Поступила в редакцию 10 октября 2012 г.

Ходоровский Михаил Яковлевич. Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Банковское дело», Уральский Федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, генеральный директор Группы «Синара» (г. Екатеринбург). Область научных интересов – банковское дело, корпоративные финансы, стратегическое управление. Контактный телефон: 8(343)355-73-37, e-mail: domnikov@e1.ru

Mikhail Yakovlevich Khodorovsky. Doctor of Science (Economics), professor, the head of the Banking Department, Ural Federal University, named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, General Director of the Sinara Group, Yekaterinburg. Research interests: banking, corporate finance, strategic management. Contact phone number: 8 (343) 355-73-37, e-mail: domnikov@e1.ru

Домников Алексей Юрьевич. Доктор экономических наук, профессор кафедры «Банковское дело», директор НОЦ «ИНЖЭК», Уральский Федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург). Область научных интересов – развитие высокотехнологичных отраслей. Контактный телефон: 8(912)287-41-00, e-mail: domnikov@e1.ru

Aleksey Yurevich Domnikov. Doctor of Science (Economics), professor of the Banking Department, director of Research Educational Center «INZHEK» of the Ural Federal University, named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg. Research interests: the development of high-tech industries. Contact phone number: 8 (912) 287-41-00, e-mail: domnikov@e1.ru

Чеботарева Галина Сергеевна. Аспирант кафедры «Банковское дело», Уральский Федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург). Область научных знаний – разработка и развитие методологии оценки рисков кредитования. Контактный телефон: 8(912)6292754, e-mail: galina_ch90@mail.ru

Galina Sergeevna Chebotareva. Postgraduate student of the Banking Department of the Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg. Research interests: the development of a methodology for credit risk assessment. Contact phone number: 8 (912) 6292754, e-mail: galina_ch90@mail.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ВЫЯВЛЕНИЮ, АНАЛИЗУ И ОЦЕНКЕ РАЗВИТИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ НА ОСНОВЕ ЭНТРОПИЙНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ В СТРОИТЕЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ

Т.А. Шиндина

Важной задачей современного этапа развития теории оценки хозяйственной деятельности в строительном комплексе является активизация механизмов оценки межфирменных взаимоотношений. Решение данной задачи базируется на энтропийной теории оценки хозяйственных связей в строительстве.

Ключевые слова: межфирменные взаимоотношения, энтропия договорных связей, строительный комплекс, хозяйственная связь.

Хозяйственная связь – это непосредственные отношения двух или нескольких субъектов управленческой деятельности, выраженные в договорных деловых контактах по вопросу осуществляемой ими хозяйственной деятельности. Способом регистрации связи между независимыми субъектами является договор. Таким образом, для оценки связей следует рассматривать вопросы договорной деятельности предприятия.

Вообще говоря, в строительстве помимо договоров обеспечения существуют договоры, связанные с организацией инвестиционно-строительных проектов (подрядные контракты, контракты на проектно-конструкторские работы, контракты на оценочную деятельность и пр.), и договора, связанные с регулированием деятельности строительного комплекса государственными органами управления (договора на аренды, договора прав производства работ (лицензии), договора на государственное финансирование (инвестиционные программы), договора на право производства работ на территории страны (регистрация предприятий) и пр.). Совокупность договоров свидетельствует нам о развитии предприятия [9–12].

Обратной стороной развития является хаос, который в отношении предприятий как искусственных организационных образований выражается в виде банкротства. В мире ежедневно создаются и ликвидируются более 1000 предприятий. Рост одних и банкротство других воспринимается нами как явление, порожденное процессами развития, предпосылками роста или перерождения.

В условиях частной собственности, при большом количестве функционирующих предприятий и при отсутствии прямой поддержки государства в деятельности компаний возникает постоянный синдром нестабильности, отрицательным результатом которого является банкротство предприятия. Главная особенность феномена банкротства – это медленно нарастающее и в результате внезапное состояние дел в компании. Когда отсутствуют контракты на выполнение работ в строи-

тельстве – компания разваливается на глазах. Постепенный процесс накопления тенденций снижения объемов работ и непостоянство в структуре договоров служат предвестником более опасных причин отсутствия договоров. Мощностные характеристики компании, применяемые за основу работоспособности, не могут в чистом виде гарантировать безопасность в строительном подрядном бизнесе, так как великолепные производственные результаты в прошлом не гарантируют роста процветания компании в будущем, а являются лишь характеристикой потенциальных возможностей строительной компании.

Современная строительная компания – это система, совокупность элементов и связей между ними, образующая целостность, единство. В природе есть множество типов систем – технические, экономические, биологические, информационные и многие другие. Эффективность их работы зависит от качества структуры связей. Есть и универсальный показатель, определяющий это качество, – энтропия. В упрощенном понимании энтропия – это количественный показатель беспорядка. В разных научных дисциплинах имеются свои понятия энтропии – термодинамическая, информационная, статистическая и другие, но между ними имеется глубокая внутренняя связь [6]. Фактически все эти виды – различные интерпретации одного понятия, связанного с оценкой резерва «живучести», который в нашем случае связан с живучестью или дееспособностью предприятия в договорных условиях хозяйствования.

Основы определения резерва живучести известны в механике и термодинамике. Они рассматриваются в работах [1, 2, 3, 7, 8] на основе энтропийного подхода, выбранного для исследования и нами. Принцип информационной энтропии [8, с. 26] «...предлагается применять для описания механизма повреждения и разрушения прочной структуры твердых тел для избежания внезапного обрушения, катастрофического явления». Для предприятия катастрофой является не-

планируемое внезапное банкротство или нерентабельная деятельность.

Если система замкнута, т. е. изолирована от внешней среды, то она перераспределяет энтропию внутри себя и быстро приходит в равновесие. Но реальные системы открыты, они потребляют сырье и отдают отходы. При этом неизбежно производится и передается вовне энтропия. Производимая энтропия характеризует рассеяние энергии при совершении работы. Есть и информационная энтропия – она опосредованно определяет относительную долю рассеяния энергии при работе с предприятия [8, 9].

Таким образом, для описания процессов договорной нестабильности, представляющей неблагоприятное явление для компании, нам представляется возможным рассматривать договорную деятельность через использование вероятностного подхода в виде информационной энтропии.

Развитие энтропийной теории просматривается в различных науках, начиная с энергетики и заканчивая управлением. Развитию инфонаук способствовали многочисленные исследования И. Пригожина и других по термодинамике необратимых, неравновесных процессов и диссипативных структур, которые могут существовать только в открытых системах [7]. Вопросы о потоках напряжений и предполагаемой силе информации обсуждались в работе С. Ватанабе. Дальнейшим этапом в развитии научной мысли явилось развитие кибернетики и синергетики. В синергетике процессы самоорганизации открытых систем связывали с увеличением в них информации [8]. Ряд авторов называет информацию феноменом или процессом, ограничиваясь описанием её некоторых отдельно взятых сторон. Энергоэнтропика, зародившись 100 лет назад как теория тепловых машин, давно расширила свои пределы и стала универсальным методом во всех системах материального мира – живой и неживой природы, включая науку [8, с. 137].

В области управления энтропия может быть использована для поиска количественных закономерностей развивающихся или изменяющихся организационных структур и создания базы для новой теории – энтропийной оценки договорных связей между субъектами деятельности в рыночных условиях хозяйствования. «Понятие “энергия” является функцией состояния системы, т. е. функцией, зависящей только от значений параметров системы, которые однозначно определяют состояние. Но нам необходимо выйти за рамки закона сохранения энергии и найти способ, позволяющий выразить различие между “полезными” обменами энергией и “диссипированной” энергией, теряемой необратимо. Именно такую возможность и предоставляет введенная Клаузиусом новая функция, получившая название “энтропия» [7, с. 54]. При этом принципы расчетов энтропии остаются неизменными.

В самом общем виде энтропия – это мера рассеивания энергии и увеличения всех форм беспорядка. Энергия и энтропия обычно рассматриваются вместе. Однако энтропия, строго говоря, это не потеря энергии, а скорость ее изменения.

Если количество наступивших договорных отношений между участниками договорной деятельности принять как количество сигналов от этих связей, то открывается возможность использовать формулы информационной энтропии по К.Э. Шеннону для анализа договорных связей.

Изменения в договорных процессах по формуле К.Э. Шеннона соответствуют раскрытию неопределенности в договорной системе предприятия вследствие влияния внешних рыночных воздействий. При этом основание логарифма в виде числа 2 вытекает из логики заключения договоров между двумя участниками хозяйственной связи (и наличия принимающей и отдающей информации стороны).

Таким образом, информационная энтропия служит мерой изменения неопределенности договорной деятельности, которая описывается вероятностями (Р) наступления договорных событий.

Протяженность формулы зависит от характера исследуемых договорных процессов. Если смотреть динамику в разрезе временного периода по кварталам года, то формула содержит 4 слагаемых. Если рассматривать динамику в зависимости от видов договоров, то количество слагаемых будет равно количеству используемых для договорной деятельности видов контрактов.

Вообще говоря, для раскрытия особенностей договорных связей в строительстве необходимо рассмотреть основы из построения, характеристики связей, особенности планирования деятельности на основе хозяйственных связей.

Существует несколько подходов к изучению договорных связей. Первый подход количественный. Он основан на изучении частоты возникающих договорных отношений между субъектами взаимодействия. Основной характеристикой здесь является рост количества заключаемых договоров по разным видам или внутри одного вида. Второй подход – объемный. На основе объемов договорных отношений, выраженных или в физических единицах или в стоимостном выражении, рассматривается особенность связей, их значимость по сравнению с другими. Данные характеристики, по сути, являются показателями оценки договорного канала, соединяющего предприятия с внешним окружением.

Энтропия характеризует как бы меру неопределенности будущего события, будущего поведения сложной системы. С этой точки зрения упорядоченность любой системы может трактоваться как мера предсказуемости ее будущего [4, 7].

Для естественной открытой системы должен выполняться следующий принцип: ее структурное состояние должно стремиться к такому, при кото-

ром производство энтропии минимально, что доказано в виде теоремы И. Пригожиным [6]. Для договорной системы, у которой важной характеристикой является как раз наличие способности отдавать энергию во внешнюю среду, ситуация обратная. Чем энтропия сложной системы больше, тем большей стабильностью, живучестью обладают хозяйственные связи.

«Традиционный подход к установлению соответствия хозяйственных связей нормальным (стабильным) требованиям к их надежности состоит в сравнении полученного при исследовании значения H_f с нормативным H_n или предельно-допустимым H_{lim} . При этом все три величины берутся как средние в соответствующих законах распределения, что может привести к принятию неверных решений. Энтропийный же подход дает возможность свести эту процедуру к сравнению между собой фактической и нормативной (или предельно-допустимой) энтропии, сведя тем самым вероятность ошибок к минимуму» [5].

Основы теории формирования хозяйственных связей в строительном комплексе базируются на трех основных моментах (см. таблицу):

- физических характеристиках хозяйственных связей, фиксируемых в виде договоров и характеризующихся объемом работ и частотой возникновения;

- логическими характеристиками хозяйственных механизмов, основанных на целесообразности равномерной договорной работы и формировании

каналов связи в наивысшей степени зависимости;

- инфодинамических характеристиках хозяйственных связей, основанных на стремлении системы к минимизации негэнтропии, как характеристике резерва живучести договорных связей.

Энтропийный подход позволяет рассчитать экономический эквивалент надежности хозяйственных связей – системную обобщенную энтропию и негэнтропию, что позволяет задействовать гибкое информационное моделирование и обеспечить более надежное регулирование хозяйственной деятельности строительной компании в условиях рыночной организации взаимоотношений между участниками строительного рынка в любой стадии их жизненного цикла инвестиционно-строительного проекта.

Таким образом, инфодинамические характеристики являются основой для обоснования резервов живучести договорной деятельности строительных предприятий.

Литература

1. Айламазян, А.К. *Информация и теория развития* / А.К. Айламазян, Е.В. Стаж. – М.: Наука, 1989.
2. Алексеев, Г.Н. *Энергоэнтропика* / Г.Н. Алексеев. – М.: Знание, 1983. – 191 с.
3. Бриллюэн, Л. *Наука и теория информации* / Л. Бриллюэн. – М.: Физматгиз, 1960.
4. Вентцель, Е.С. *Теория вероятностей* / Е.С. Вентцель. – М.: Наука, 1969. – 368 с.

Теоретические основы формирования хозяйственных связей в строительном комплексе

Наименование этапа	Краткое математическое описание этапа	Роль этапа
Физическая основа	$Y = F(V, n)$, где V – объем договорных отношений; n – количество договоров	Включает в себя описание характеристик договорных связей
Логическая основа	$P_i := \frac{a_i}{A}$, $i = 0 \dots 3$ – при динамических исследованиях; $i = 0 \dots 9$ – при исследовании видов договоров	Вводит основные термины и понятия. Формирует ситуации для исследования договорных связей
Инфодинамическая основа теории	$H_f = -\sum_{i=1}^n P_i^f \log_2 P_i^f$ при фактической работе системы; $H_{lim} = -\sum_{i=1}^n P_i^{lim} \log_2 P_i^{lim}$ при плавном угасании работы системы; $H_n = -\sum_{i=1}^n P_i^n \log_2 P_i^n$ при равномерной работе системы; $S = H_{max} - H_f$ $H(X, Y) = H(X) + H(Y)$ при исследовании независимых системы; $H(X, Y) = H(X) + H(Y/X) = H(Y) + H(X/Y)$ при исследовании зависимых систем, где H – энтропия системы; S – негэнтропия системы	Содержит математические модели, описывающие состояние исследуемой системы посредством энтропии и негэнтропии

5. Когнитивный подход в управлении / З.К. Авдеева, С.В. Коврига, Д.И. Макаренко, В.И. Максимов // Проблемы управления. – 2007. – № 3. – С. 2–9.
6. Лийв, Э.Х. Инфодинамика как мировоззрение информационного общества / Э.Х. Лийв // Проблемы информатизации. – 2001. – № 1. – С. 31–32.
7. Скоробогатов, С.М. Принцип информационной энтропии в механике разрушения инженерных сооружений и горных пластов / С.М. Скоробогатов. – Екатеринбург, 2000. – 414 с.
8. Хакен, Г. Синергетика. Информация и самоорганизация. Макроскопический подход к сложным системам / Г. Хакен. – М.: Мир, 1991.
9. Шиндина, Т.А. Организация взаимоотношений в строительном комплексе: кластерная основа хозяйствования / Т.А. Шиндина. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2007. – 400 с.
10. Шиндина, Т.А. Особенности договорных отношений в строительном комплексе / Т.А. Шиндина // Вестник ЮУрГУ. Серия «Рынок: теория и практика». – 2006. – Вып. 4. – № 15(70). – С. 138–143.
11. Шиндина, Т.А. Управление взаимодействием субъектов в современном строительном комплексе / Т.А. Шиндина // ЭПОС. – М., 2007. – № 2. – С. 24–29.
12. Шиндина, Т.А. О путях повышения эффективности деятельности строительного комплекса России / Т.А. Шиндина // Известия вузов. Серия «Строительство». – Новосибирск, 2007. – № 7 – С. 64–69.

Поступила в редакцию 4 февраля 2013 г.

Шиндина Татьяна Александровна. Доктор экономических наук, зав. кафедрой «Финансовый менеджмент», декан факультета «Экономика и предпринимательство», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – планирование и организация хозяйственной деятельности предприятий, развитие частно-государственного партнерства. Тел. 8-912-89-489-22; e-mail: shindina@74.ru

Tatiana Aleksandrovna Shindina. Doctor of Science (Economics), Head of Financial Management Department, Dean of the Faculty of Economics and Entrepreneurship, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests are connected with planning and implementation of economic activity of enterprises, development of public private partnership. Contact phone number: 8-912-89-489-22; e-mail: shindina@74.ru

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

УДК 338.45:001.895
ББК У9(2)30-55

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕРОПРИЯТИЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СТРУКТУРЫ

М.И. Бажанова

Статья посвящена проблеме оценки эффективности мероприятий инновационного развития промышленной интегрированной структуры. Исследованы существующие подходы к количественной оценке эффективности мероприятий инновационного развития хозяйствующих субъектов. Проанализированы достоинства и недостатки исследованных подходов. Предложен методический подход к оценке эффективности мероприятий инновационного развития промышленной интегрированной структуры, учитывающий изменение результативности деятельности хозяйствующего субъекта во внешней среде под воздействием реализуемых мероприятий программы инновационного развития в различных сферах его деятельности по функциональным направлениям.

Ключевые слова: промышленная интегрированная структура; инновационное развитие; программа инновационного развития; эффективность во внешней среде; внутренняя среда; инновационный потенциал; прогнозирование внешней эффективности; интегральная оценка.

На текущий момент инновационное развитие промышленной интегрированной структуры выступает в качестве одного из факторов ее экономического роста. Разработка и успешное внедрение мероприятий по инновационному развитию различных сфер деятельности промышленной интегрированной структуры по функциональным направлениям способствуют повышению эффективности деятельности данного хозяйствующего субъекта во внешней среде по сравнению с конкурентами по показателям, существенным в текущей и прогнозируемой рыночной ситуации.

Прежде чем перейти к массовой реализации мероприятий, разработанных в рамках программы инновационного развития промышленной интегрированной структуры, необходимо количественно оценить эффективность от их внедрения.

На текущий момент в экономической литературе отсутствует единая точка зрения на количественную оценку определения эффективности мероприятий инновационного развития. Большинство существующих методических подходов [3, 4, 6, 7 и др.] нацелены на выбор оптимального варианта проекта инновационного развития и не несут информационной нагрузки об изменении эффективности деятельности конкретного хозяйствующего субъекта в результате реализации и внедрения инноваций. Причем авторы исследованных подходов [3, 4, 6, 7 и др.] в качестве основной «движущей силы» инновационного развития хозяйствующего субъекта рассматривают лишь научно-технические и научно-технологические инновации, не учиты-

вая тот факт, что на рыночную позицию компании оказывают влияние все сферы ее деятельности по функциональным направлениям. Все это делает данные подходы затруднительно применимыми к комплексной оценке эффективности мероприятий инновационного развития промышленной интегрированной структуры.

Инновационное развитие промышленной интегрированной структуры способствует более эффективному осуществлению ее деятельности во внешней среде по сравнению с конкурентами. На основании этого для количественной оценки определения эффективности мероприятий инновационного развития целесообразно использовать методический подход, сущность которого сводится к прогнозированию значения количественного показателя интегральной оценки эффективности деятельности промышленной интегрированной структуры во внешней среде в результате реализации мероприятий, разработанных в рамках программы ее инновационного развития.

Эффективность деятельности промышленной интегрированной структуры во внешней среде при прочих равных условиях действия факторов внешней среды во многом определяется уровнем ее «внутренней» эффективности:

$$\mathcal{E} = f(\mathcal{E}_{\text{внутр}}, \text{СФВС}), \quad (1)$$

где \mathcal{E} – эффективность деятельности промышленной интегрированной структуры во внешней среде; $\mathcal{E}_{\text{внутр}}$ – эффективность различных сфер деятельности промышленной интегрированной струк-

туры по функциональным направлениям; СФВС – совокупность факторов внешней среды.

В свою очередь, «внутреннюю» эффективность различных сфер деятельности промышленной интегрированной структуры можно представить в виде комплексного показателя, включающего в себя произведение интегральных оценок эффективности деятельности каждой сферы по функциональным направлениям:

$$\mathcal{E}_{\text{внутр}} = \mathcal{E}_{\text{нт}} * \mathcal{E}_{\text{нттех}} * \mathcal{E}_{\text{с}} * \mathcal{E}_{\text{п}} * \mathcal{E}_{\text{оу}} * \mathcal{E}_{\text{экон}} * \mathcal{E}_{\text{экол}} \quad (2)$$

где $\mathcal{E}_{\text{нт}}, \mathcal{E}_{\text{нттех}}, \mathcal{E}_{\text{с}}, \mathcal{E}_{\text{п}}, \mathcal{E}_{\text{оу}}, \mathcal{E}_{\text{экон}}, \mathcal{E}_{\text{экол}}$ – значения интегральных оценок эффективности научно-технической, научно-технологической, социальной, производственной, организационно-управленческой, экономической и экологической, соответственно, сфер деятельности промышленной интегрированной структуры.

Для оценки совокупной «внутренней» эффективности различных сфер деятельности промышленной интегрированной структуры по функциональным направлениям нами предлагается следующая методика, обеспечивающая сравнимый анализ сопоставимых данных:

1. Разработка системы показателей, позволяющих оценить эффективность различных сфер деятельности промышленной интегрированной структуры по функциональным направлениям (см. таблицу).

Состав представленных в таблице показателей оценки эффективности различных сфер деятельности промышленной интегрированной структуры по функциональным направлениям является открытым и может быть дополнен с учетом специфики деятельности и интересов собственников конкретного хозяйствующего субъекта.

2. Определение влияния состава каждой из представленной в таблице группы показателей на совокупную эффективность соответствующей ей сферы деятельности промышленной интегрированной структуры по функциональному направлению. Так, например, к показателям, увеличение которых приведет к увеличению эффективности научно-технической сферы деятельности промышленной интегрированной структуры, можно отнести фондовооруженность, обеспеченность оборудованием, коэффициент загрузки оборудования, фондоотдачу, рентабельность основных фондов. К показателям, увеличение которых приведет к снижению эффективности научно-технической сферы, можно отнести фондоемкость, амортизационность, коэффициент износа, долю прироста основных производственных фондов на 1 % прироста объема продукции.

3. Расчет по формулам, представленным в таблице, приведенных по базе значений увеличивающих (a_{ij}) и уменьшающих (b_{ij}) показателей для каждой сферы деятельности промышленной интегрированной структуры.

4. Расчет приведенных значений увеличивающих (A_{ij}) и уменьшающих (B_{ij}) показателей

для каждой сферы деятельности промышленной интегрированной структуры по функциональному направлению:

$$A_{ij} = \frac{a_{ij}}{a_{ij\text{эталон}}}, \quad (3)$$

где a_{ij} – фактические значения увеличивающих показателей j -сферы деятельности промышленной интегрированной структуры; $a_{ij\text{эталон}}$ – значения увеличивающих показателей j -сферы деятельности промышленной интегрированной структуры, принятые топ-менеджментом компании за эталон.

$$B_{ij} = \frac{b_{ij}}{b_{ij\text{эталон}}}, \quad (4)$$

где b_{ij} – фактические значения уменьшающих показателей j -сферы деятельности промышленной интегрированной структуры; $b_{ij\text{эталон}}$ – значения уменьшающих показателей j -сферы деятельности промышленной интегрированной структуры, принятые топ-менеджментом компании за эталон.

5. Расчет интегральной оценки «внутренней» эффективности каждой сферы деятельности промышленной интегрированной структуры по функциональному направлению [2]:

$$\mathcal{E}_{\text{внутр}j} = \frac{1}{\sqrt{\sum_{i=1}^l (1-A_{ij})^2 + \sum_{i=1}^n (B_{ij})^2}}. \quad (5)$$

6. Расчет интегрального показателя совокупной оценки «внутренней» эффективности деятельности промышленной интегрированной структуры:

$$\mathcal{E}_{\text{внутр}} = \mathcal{E}_{\text{нт}} * \mathcal{E}_{\text{нттех}} * \mathcal{E}_{\text{с}} * \mathcal{E}_{\text{п}} * \mathcal{E}_{\text{оу}} * \mathcal{E}_{\text{экон}} * \mathcal{E}_{\text{экол}}. \quad (6)$$

Причем связь между эффективностью деятельности промышленной интегрированной структуры во внешней среде и ее «внутренней» эффективностью является прямой, т. е. чем выше «внутренняя» эффективность при прочих равных условиях, тем выше эффективность деятельности данного хозяйствующего субъекта во внешней среде по сравнению с конкурентами.

В теории и практике корреляционно-регрессионного анализа получили распространение следующие виды зависимостей факторного ($\mathcal{E}_{\text{внутр}}$) и результирующего (\mathcal{E}) признаков [5]:

$$\mathcal{E} = a_1 + a_2 * \mathcal{E}_{\text{внутр}}, \quad (7)$$

$$\mathcal{E} = a_1 + a_2 * \mathcal{E}_{\text{внутр}} + a_3 * \mathcal{E}_{\text{внутр}}^2, \quad (8)$$

$$\mathcal{E} = a_1 * (a_2)^{\mathcal{E}_{\text{внутр}}}, \quad (9)$$

где a_1, a_2, a_3 – параметры уравнений регрессии, рассчитанные на основе метода наименьших квадратов, сущность которого заключается в минимизации суммы квадратов отклонений фактических (эмпирических) значений результирующего признака от теоретических, полученных по выбранному уравнению регрессии:

$$S = \sum (\mathcal{E} - \overline{\mathcal{E}_{\text{внутр}}})^2 \rightarrow \min. \quad (10)$$

Следует отметить, что выбор того или иного вида зависимости факторного от результирующего признака будет определяться спецификой динамики интегральных показателей эффективности деятельности конкретного хозяйствующего субъекта во внутренней и внешней среде. В общем случае для выбора адекватной модели, наилучшим образом

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

Показатели оценки эффективности различных сфер деятельности промышленной интегрированной структуры по функциональным направлениям

Наименование сферы деятельности по функциональному направлению	Показатели	Формула	Методика расчета
1	2	3	4
Научно-техническая	Фондоемкость	$\Phi_e = \frac{\overline{\text{ОПФ}}}{\text{ОВ}}$	Отношение среднегодовой стоимости основных производственных фондов за исследуемый период к объему выпущенной продукции
	Фондовооруженность	$\Phi_v = \frac{\overline{\text{ОПФ}}}{\text{ССЧ}}$	Отношение среднегодовой стоимости основных фондов к среднесписочной численности работников
	Обеспечение оборудованием	$O_{об} = \frac{\text{Об}_ф}{\text{Об}_{пл}}$	Отношение фактически имеющегося в наличии оборудования к его плановой потребности на данный момент времени
	Коэффициент загрузки оборудования	$K_{зо} = \frac{\text{ОВ}_ф}{\text{ОВ}_{пл}}$	Отношение фактического объема выпущенной продукции к потенциальному объему выпуска
	Амортизационная емкость	$A_e = \frac{\text{Ам}}{\text{ОВ}}$	Отношение величины начисленной амортизации за период к объему выпущенной продукции
	Фондоотдача	$\Phi_o = \frac{\text{ОВ}}{\overline{\text{ОПФ}}}$	Отношение объема выпущенной за исследуемый период продукции к среднегодовой стоимости основных производственных фондов
	Коэффициент износа	$K_{и} = \frac{\text{Ам}}{\text{ПС}}$	Отношение суммы начисленного износа по основным производственным фондам на момент расчета к их первоначальной стоимости
	Рентабельность основных производственных фондов	$R_{опф} = \frac{\text{П}}{\overline{\text{ОПФ}}}$	Отношение прибыли от реализации продукции к среднегодовой стоимости основных производственных фондов
	Доля прироста основных производственных фондов на 1% прироста объема продукции	$T_{прпоф} = \frac{T_{прпоф}}{T_{прпов}}$	Отношение темпа прироста среднегодовой стоимости основных производственных фондов к темпу прироста объема выпущенной продукции
Научно-технологическая	Затратоемкость производимой продукции	$Z_e = \frac{3П}{ВР}$	Отношение затрат на производство данной продукции к выручке от ее реализации
	Уровень качества производимой продукции	$Y_k = \frac{\text{ОВ}_г}{\text{ОВ}_{общ}}$	Отношение объема «годной» продукции к общему объему выпуска за исследуемый период
	Коэффициент технологических простоев	$K_{т.п} = \frac{t_{пр}}{t_{общ}}$	Отношение длительности технологического простоя к общей длительности производственного цикла единицы продукции
	Рентабельность выпускаемой продукции	$R_{в.п} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ПС}_{себ}}$	Отношение чистой прибыли к полной себестоимости
	Доля рынка	$D_p = \frac{\text{РП}_i}{E}$	Отношение величины реализованной данным хозяйствующим субъектом продукции (работ, услуг) в натуральном или стоимостном выражении к величине емкости рынка в рамках данной отрасли
	Темпы роста объема реализуемой продукции	$T_{роп} = \frac{\text{ОРП}_{тек}}{\text{ОРП}_{баз}}$	Отношение величины объема реализованной продукции, «очищенного» от действия инфляции, в денежном выражении за текущий период к его базовой величине

Продолжение таблицы

1	2	3	4
Организационно-управленческая	Производительность	$П_{o-y} = \frac{OB}{CCЧ_{a,y}}$	Отношение количества произведенной продукции к среднесписочной численности работников аппарата управления
	Экономичность	$Э_{K_{o-y}} = \frac{З_{a,y}}{Себ}$	Отношение затрат на содержание аппарата управления к себестоимости продукции
	Коэффициент звенности	$K_{зв} = \frac{П_{зв.ф}}{П_{зв.о}}$	Отношение количества звеньев существующей оргструктуры к оптимальному количеству звеньев
	Коэффициент дублирования функций	$K_{д.ф} = \frac{K_{оз}}{K_n}$	Отношение количества работ, закрепленных за несколькими подразделениями, к нормативному количеству работ
	Степень централизации функций	$K_{ц.ф} = \frac{P_{фц}}{P_f}$	Отношение количества принятых решений при выполнении данной функции на верхних уровнях управления к общему числу принятых решений на всех уровнях управления
	Коэффициент эффективности использования информации	$K_{э.и} = \frac{D_{эисп}}{D_{вход}}$	Отношение количества случаев эффективного использования документа к информации на входе функции согласования
	Коэффициент уровня управляемости	$K_{y,y} = \frac{y_f}{y_n}$	Отношение фактической нормы управляемости к нормативной
	Уровень затрат по вине аппарата управления	$y_{з.ау} = \frac{З_{ау}}{З_{общ}}$	Отношение величины затрат, возникших по вине аппарата управления, к совокупным затратам компании
Производственная	Доля продукции в общем объеме выпуска, являющаяся наиболее востребованной на рынке	$D_{в.п} = \frac{OB_v}{OB_{общ}}$	Отношение объема выпуска продукции, являющейся наиболее востребованной на рынке, к общему объему выпуска
	Коэффициент относительного роста	$K_{o.p} = \frac{y_{ф.р}}{y_{п.ц}}$	Отношение уровня фактического роста компании к уровню, предусмотренному основной производственной целью
	Доля мощности наименее востребованного производства	$D_m = \frac{y_{мневостр}}{y_{мобщ}}$	Отношение уровня мощности производственной единицы, в рамках которой производится наименее востребованный на рынке товар, к общей производственной мощности компании
Социальная	Коэффициент текучести кадров	$K_{т.к.} = \frac{ЧУВР}{CCЧ}$	Отношение числа уволенных по собственному желанию, за прогул и другие нарушения трудовой дисциплины к среднесписочному числу работников
	Производительность труда	$ПТ = \frac{ВП}{CCЧ}$	Отношение объема произведенной продукции по используемой технологии за определенный период к среднесписочной численности работников в данном периоде.
	Рентабельность персонала	$R_n = \frac{ЧП}{CCЧ}$	Отношение чистой прибыли за исследуемый период к среднесписочной численности персонала
	Зарплатоемкость единицы продукции	$З_e = \frac{ЗП}{OB}$	Отношение величины заработной платы к объему выпущенной продукции
	Коэффициент использования полезного фонда рабочего времени	$K_{ипфв} = \frac{ПВ}{В}$	Отношение полезно использованного времени к общему фонду рабочего времени

1	2	3	4
Экономическая	Доля долгосрочной дебиторской задолженности в общей сумме реализованной продукции	$D_{дз} = \frac{ДДЗ}{ОР}$	Отношение величины долгосрочной дебиторской задолженности к величине объема реализованной продукции в денежном выражении
	Эффективность ведения бухгалтерского учета	$\mathcal{E}_{бу} = \frac{y_{\phi}}{y_{п}}$	Отношение фактического уровня выявленных в ходе аудиторской проверки нарушений в области ведения бухгалтерского учета к его приемлемому, по мнению топ-менеджмента, значению
	Эффект финансового рычага	$\Phi P = \frac{ЗС}{СС} * (1 - T) * (ROA - i)$	Отношение величины заемных и собственных средств, скорректированное с учетом информации о величине налога на прибыль (T), рентабельности активов (ROA) и процентной ставки по заемному капиталу (i)
	Уровень качества финансового планирования	$Y_{к.фп} = \frac{\text{ФактФБ}}{\text{ПланФБ}}$	Отношение величины фактически выполненного финансового бюджета к его плановой величине
	Эффективность расчетов с персоналом по оплате труда	$\mathcal{E}_{р.п} = \frac{ОВ}{ФЗП}$	Отношение величины объема выпущенной продукции в денежном выражении к величине фонда заработной платы за исследуемый период
Экологическая	Коэффициент работы очистных сооружений	$K_{р.о.с} = \frac{Увыбр_{ф}}{Увыбр_{пр.доп}}$	Отношение уровня фактических выбросов к уровню предельно допустимых значений
	Доля затрат на выплату штрафов за загрязнение окружающей среды	$D_{з.о.с} = \frac{З_{ш.о.с.}}{З_{общ}}$	Отношение величины затрат на выплату штрафов за загрязнение окружающей среды к величине совокупных расходов организации

отображающей зависимость результата от фактора, можно воспользоваться стандартизированной ошибкой аппроксимации, формула которой имеет вид:

$$\sigma_{\mathcal{E}_{внутр}} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (\mathcal{E} - \mathcal{E}_{внутр})^2}{n}}, \quad (11)$$

где $\sigma_{\mathcal{E}_{внутр}}$ – стандартизированная ошибка аппроксимации; n – число наблюдений.

Наиболее адекватной будет считаться та модель, у которой стандартизированная ошибка аппроксимации будет минимальной.

Прогнозируя значения интегрального показателя «внутренней» эффективности и подставляя его значение в выбранное уравнение регрессии, топ-менеджмент компании получит возможность спрогнозировать «новую» интегральную оценку эффективности деятельности промышленной интегрированной структуры во внешней среде по сравнению с конкурентами в результате реализации мероприятий программы инновационного развития различных сфер деятельности данного хозяйствующего субъекта по функциональным направлениям.

Известна работа Вайсман Е.Д. [1], в которой инновационный потенциал хозяйствующего субъекта рассматривается как один из основополагающих факторов эффективности его деятельности во внешней среде, характеризующий потенциальную конкурентоспособность. В соответствии с этим в

основе прогнозных значений множителей показателя «внутренней» эффективности деятельности промышленной интегрированной структуры (2) должна лежать информация о величине инновационного потенциала каждой сферы деятельности данного хозяйствующего субъекта, скорректированная с учетом уровня значимости и вероятности выполнения реализуемых в ней мероприятий программы инновационного развития. Тогда формула прогнозной величины эффективности различных сфер деятельности промышленной интегрированной структуры по функциональным направлениям будет иметь вид:

$$\mathcal{E}'_i = \mathcal{E}_i * (1 + ИП_i * K_{зн_i} * K_{вер.вып_i}), \quad (12)$$

где \mathcal{E}'_i – прогнозное значение эффективности i-й сферы деятельности промышленной интегрированной структуры по функциональному направлению в результате реализации плана мероприятий по инновационному развитию; \mathcal{E}_i – значение эффективности i-й сферы деятельности промышленной интегрированной структуры на момент принятия решения об инновационном развитии; ИП_i – величина инновационного потенциала i-й сферы деятельности промышленной интегрированной структуры; K_{зн_i} – коэффициент значимости реализуемых мероприятий в i-й сфере (устанавливается по решению топ-менеджмента компании); K_{вер.вып_i} – коэффициент вероятности выполнения

разработанного плана мероприятий в *i*-й сфере (в случае отсутствия мероприятий по инновационному развитию в какой-либо сфере, принимает значение, равное «0»).

Подставляя полученные прогнозные значения эффективности различных сфер деятельности промышленной интегрированной структуры по функциональным направлениям в выражение (2), получим интегральный показатель «внутренней» эффективности деятельности данного хозяйствующего субъекта в результате реализации разработанной программы его инновационного развития.

Таким образом, предложенный методический подход позволяет спрогнозировать возможный результат в количественном выражении от внедрения разработанной программы инновационного развития. Это обеспечивает, в свою очередь, принятие обоснованного и своевременного управленческого решения о массовой реализации разработанной программы инновационного развития, скорректировав при этом (в случае несоответствия ожиданиям) заданные на «входе» параметры.

Литература

1. Вайсман, Е.Д. *Повышение конкурентоспособности промышленного предприятия на основе*

инновационной модели развития: автореферат дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Е.Д. Вайсман. – Челябинск, 2011. – 40 с.

2. Кувшинов, М.С. *Оценка инвестиционного климата предприятий / М.С. Кувшинов. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. – 229 с.*

3. Переходов, В.Н. *Основы управления инновационной деятельностью / В.Н. переходов. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 222 с.*

4. Сорокин, А.В. *Повышение эффективности инновационной деятельности промышленных предприятий: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.В. Сорокин. – М., 2005. – 186 с.*

5. *Теория статистики: учебник / Р.А. Шмойлова, В.Г. Минашкин, Н.А. Садовникова, Е.Б. Шувалова; под ред. Р.А. Шмойловой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 656 с.*

6. Трифилова, А.А. *Оценка эффективности инновационного развития предприятия / А.А. Трифилова. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.*

7. Фатхутдинов, Р.А. *Инновационный менеджмент: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – 2-е изд. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез». – 2000.*

Поступила в редакцию 24 сентября 2012 г.

Бажанова Марина Игоревна. Соискатель ученой степени кандидата экономических наук, преподаватель кафедры «Бухгалтерский учет и финансы» Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – инновационное развитие хозяйствующих субъектов. Контактный телефон: 8-912-891-87-85.

Marina Igorevna Bazhanova. A degree-seeking student of a Candidate of Science (Economics), lecturer in the Department of Business Accounting and Finance of Trade and Economic Faculty, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: innovative development of business entities. Contact phone number: 8-912-891-87-85.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ»

И.В. Елохова, Л.А. Назарова

Инновационная деятельность играет важнейшую роль в развитии деятельности любого современного предприятия. Авторы дают определение результата инновационной деятельности через анализ понятия самой инновационной деятельности, выделяя при этом ее основные признаки и базисные понятия, которые характеризуют и определяют внутренние взаимосвязи. Данный анализ позволил авторам на основе выявленных базисных понятий и с использованием описанных содержательных отношений между ними сформулировать концепт «результата инновационной деятельности» и выделить такую экономическую категорию, как «нематериальный результат инновационной деятельности».

Ключевые слова: *инновационная деятельность, результаты инновационной деятельности, инновационный процесс, инновации, технологии, нематериальные активы, интеллектуальный капитал.*

Сегодня в мире происходят изменения эволюционного и научно-технического характера, которые во многих случаях кардинально влияют на жизнь общества. Основные изменения связаны с процессами производства новых идей, их внедрением и распространением. Понятия «инновации», «инновационная деятельность» и «результаты инновационной деятельности» в последние годы оказались в центре экономико-политических дискуссий во многих постиндустриальных странах.

Инновационная деятельность выполняет особую роль в системе воспроизводства – роль порождения изменений, что позволяет оценить ее как источник саморазвития и самоорганизации предпринимательских систем. Инновационная деятельность вносит преобразования в социально-экономическую систему, воздействует на структуру и задает темпы и масштабы экономических процессов и сопутствующих им структурных изменений.

Как показывает анализ, в настоящее время в отечественной и зарубежной научной экономической литературе пока еще отсутствует общепринятая терминология в области инновационной деятельности.

Особый научный интерес вызывают результаты инновационной деятельности, так как они концентрируют интересные решения научных, технологических, социально-политических и других задач.

Для того, чтобы понять сущность и содержательное наполнение всего комплекса возможных и планируемых результатов инновационной деятельности, проведем анализ понятий самой инновационной деятельности, выделим основные признаки, определяющие содержание инновационной деятельности, определим из них основные признаки, базисные понятия, а также характеристики инновационной деятельности, определяющие внутренние

взаимосвязи. В процессе определения признаков инновационной деятельности используем метод восхождения от конкретного к абстрактному.

Вопросу изучения инновационной деятельности как социально-экономического явления уделяют внимание многие ученые и практики, при этом каждый рассматривает ее под определенным углом зрения.

Многие авторы подчеркивают процессуальную составляющую инновационной деятельности.

Так, Д. Сулейменов и Й.Л. Курнышева рассматривают инновационную деятельность как «процесс создания нового товара от формирования его идеи до освоения производством, выпуска, реализации и получения коммерческого эффекта» [1, с. 187]. Аналогичной точки зрения придерживается К.В. Балдин, выделяя следующие особенности инновационной деятельности с точки зрения определения ее как бизнес-процесса: «деятельность; высокой степенью неопределенности и риска; способность инициировать структурные изменения; человекоемкостью; характер инновационного целеполагания; неформализуемыми механизмами» [2, с. 74–76]. В.Ф. Уколов отождествляет понятие «инновационная деятельность» и «инновационный процесс». По мнению автора, «инновационная деятельность есть инновационный процесс», начинающийся с новой идеи, ее вызревания и дальнейшего воплощения в продукт (услугу, технологию), и заканчивающийся распространением» [3, с. 109]. Аналогичные определения можно встретить у других экономистов, как Е.М. Рогова, И.Т. Балабанов, Р.А. Фатхутдинов.

Международный стандарт – Руководство Фраскати («Frascati Manual», 1963 г., первый документ, посвященный методологии статистики науки и инноваций) трактует инновационную дея-

тельность как «вид деятельности, связанный с трансформацией идей (обычно результатов научных исследований и разработок) в новый или усовершенствованный продукт, внедренный на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, использованный в практической деятельности, либо в новый подход к социальным услугам» [4].

Другая группа ученых экономистов не отождествляет инновационную деятельность с процессом. Например, А.В. Тодосийчук рассматривает инновационную деятельность как «деятельность, направленную на создание нового или усовершенствованного товара (услуги), в том числе совершенствование технологических процессов, методов организации производства и управления, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки» [5, с. 34]. П.Н. Завлин под инновационной деятельностью понимает «деятельность, направленную на использование результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции (товаров, услуг), совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутреннем и зарубежном рынках» [6, с. 11].

Используя подход Й.А. Шумпетера о предпринимателе-новаторе, А.Г. Шеремет определяет инновационную деятельность как «многогранный вид экономической деятельности», при которой «...предприниматели (физические и юридические лица) осуществляют следующие виды инициативной деятельности: создание инновационного продукта; выполнение посреднических функций (оказание услуг, связанных с продвижением инновационного продукта и его передачей от непосредственного создателя его потребителям), осуществление функций в финансовой сфере для обеспечения инновационной деятельности» [7, с. 48].

Между тем существует и другая точка зрения, например, В.Н. Гунин, В.П. Баранчев рассматривают инновационную деятельность как «сферу разработки и практического освоения технических, технологических, организационно-экономических нововведений, которая включает не только инновационные процессы, но и маркетинговые исследования рынков сбыта товаров, их потребительских свойств, а также новый подход к организации информационных, консалтинговых, социальных и других видов услуг» [8, с. 21].

Также существуют расхождения относительно трактовки данного понятия в различных сферах деятельности. Так, например, в экономической энциклопедии приводится понятие «инновационная активность» – целенаправленная деятельность по созданию, освоению в производстве и продвижению на рынок продуктовых, технологических и организационно-управленческих новшеств [9, с. 234]. Большой юридический словарь определяет

инновационную деятельность как деятельность по созданию и использованию интеллектуального продукта, доведению новых оригинальных идей до реализации в виде готового товара на рынке (организация экспертиз, внедрение и тиражирование изобретений, ноу-хау, научно-технических разработок, научных произведений, открытий, промышленных образцов, товарных знаков, проведение научно-исследовательских, проектных, опытно-конструкторских, маркетинговых исследований с целью создания образцов новой техники и новых технологий; патентно-лицензионная деятельность).

Анализируя взгляды ученых о содержании понятия «инновационная деятельность», можно заметить, что далеко не все авторы рассматривают понятие инновационной деятельности, ставя в основу определения ее целевую направленность и, того более, многие авторы вообще не упоминают результат как одну из составляющих понятия инновационной деятельности. С нашей точки зрения, для того чтобы описать, а тем более оценить какую-либо деятельность, необходимо, в первую очередь, акцентировать внимание на ожидаемых результатах этой деятельности.

Во всем многообразии терминов и определений, используемых в законодательных актах, научной литературе и практической деятельности, для характеристики «инновационной деятельности», мы пришли к заключению о различии во взглядах авторов на инновационную деятельность именно в контексте предмета нашего исследования «результатах инновационной деятельности». В связи с этим можно выделить следующие наиболее распространенные подходы к восприятию авторами результатов инновационной деятельности (см. таблицу).

Традиционный подход. В рамках этого подхода в качестве результата инновационной деятельности воспринимается только сама суть «инновация» (новшество, нововведение), т. е. какой-то новый товар, услуга, продукт, технология, процесс, способ и т. п., которая с помощью какого-то технологического процесса была доведена до какого-то приемлемого желаемого состояния. Причем уровень приемлемости этого состояния, как правило, не отражается. В основном здесь делается упор на раскрытии содержания технологического процесса. Такого подхода придерживаются авторы: Г.С. Гамидов, Э.И. Крылов и И.В. Журакова, Б. Санто, А.В. Тодосийчук, В.Ф. Уколов, А.Д. Шеремет, К.П. Янковский и др.

Ориентированный подход. Согласно этому подходу авторы также результатом инновационной деятельности признают инновацию (внедренную, воплощенную, осуществленную и т. п.), но при этом выдвигают ключевое условие ее существования – это ее потребляемость, практическую полезность и востребованность, т. е. ориентируют целевой смысл инновационной деятельности на удовлетворение каких-либо общественных

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

Основные признаки инновационной деятельности

Базисные понятия		Основные признаки	Подход, кол-во упоминаний (раз)			Общее соотношение упоминаний, %
			Традиционный	Ориентированный	Нецелевой	
Суть	Процесс	Процесс	5	6	3	50
		Деятельность	2	5	1	29
		Мероприятие	1	1		7
		Сфера, часть прогресса		1	1	8
		Способ		1		4
Объект	Идея	Новое научное знание	1	8		32
		Идея	3	4	1	29
		Инновация (нововведение)	1	3	3	25
		Новое открытие, изобретение, разработка	1	1	1	11
		Новый подход, способ, средство, технология		2	1	11
Действие	Технология	Исследование, поиск идей	3	1	2	21
		Изобретение, создание, разработка, доработка, изменение	5	8	4	61
		Внедрение, воплощение	1	7	1	32
		Производство	1	2	1	14
		Реализация, выход, сбыт, распространение	2	7	2	39
		Использование, освоение	4	5	2	39
Результат	Цель	Новый товар, услуга, продукт, инновация	8	8		57
		Новая технология, процесс	4	4		29
		Удовлетворение потребностей		9		32
	Эффект	Повышение эффективности, успех		4		14
		Улучшение социальных услуг		3		11
		Улучшение качества		2		7
		Совершенствование труда		1		4
		Повышение конкурентоспособности		1		4
		Решение экологических проблем		1		4
		Окупаемость инвестиций		1		4
Иные		4		14		
Субъект	Человек	Люди, коллектив, предприниматель	1	1		7

потребностей во всем их многообразии (32 % авторов). В рамках этого подхода можно выделить группу авторов, которые дополняют ориентир на удовлетворение потребностей или только ограничиваются ориентиром на ожидаемый социально-экономический эффект (повышение конкурентоспособности, улучшение качества, окупаемость инвестиций, совершенствование условий организа-

ции труда, решение социальных и экологических проблем и т. п.). Такой подход отражен в работах С.Д. Ильенковой, В.Ю. Яковец, А.Г. Теслинова, А.А. Трифиловой, А.Б. Крутика, П.Н. Завлина и др.

Нецелевой подход. Подход, при котором авторы при определении инновационной деятельности акцентируют внимание на других признаках (на существовании изначальной идеи (новшества), са-

мом процессе, применяемых технологиях, существующих циклах, этапах, характеристиках и т. п.) инновационной деятельности, исключая из поля особого внимания целевые результаты инновационной деятельности (К.В. Балдин, В.Н. Гунин, Б.Н. Баранчев, А.И. Татаркин, А.Ф. Суховой, В.Г. Медынский и др.).

Безусловно, нам ближе второй подход – «*ориентированный*», так как он наиболее глубоко отражает сущность инновационной деятельности, а именно подчеркивает ее целевой смысл и ожидаемый социально-экономический эффект. При концептуальном моделировании понятия «результат инновационной деятельности» мы будем основываться именно на нем, так как четкое определение «результата инновационной деятельности» позволит организовать их оценку и управление, а также освоить и развить методологию настоящего исследования.

Понятийный анализ инновационной деятельности (см. таблицу) помимо выявленного различия в подходах к определению сущности данной экономической категории был осуществлен нами также для выявления базисных признаков данной деятельности.

Опираясь на классическое представление о деятельности как таковой, мы базисные признаки, ее определяющие, выбрали в качестве ориентира для определения базисных признаков инновационной деятельности. Так, любая деятельность несет в себе какую-то сущность – «суть», деятельность осуществляется кем-то – «субъект», над чем-то – «объект», благодаря чему-то – «действие» и для чего-то – «результат».

Признаки инновационной деятельности, выявленные и заявленные различными авторами в своих определениях, мы соотнесли с набором представленных классических признаков деятельности, распределив первые по следующим группам.

Суть инновационной деятельности представляет, конечно же, некий процесс, набор мероприятий, действий, которые нами представляются в базисном понятии «процесс» (более 50 % авторов склоняются именно к такой трактовке).

Субъектом инновационной деятельности являются непосредственно работники, персонал, коллектив, предприниматели, менеджмент разного уровня в абстрагированном варианте «человек».

Действия субъекта представляются нами как «технологии», включающие в себя весь набор функций, задач, необходимых для рождения, внедрения и распространения инноваций.

Анализ признаков, определяющих *объект* и *результат*, применительно к инновационной деятельности выявил ряд особенностей, связанных с разными подходами авторов к понятию «инновация». Некоторые авторы инновацию считают *объектом* инновационной деятельности, а некоторые авторы инновацию воспринимают как *результат* инновационной деятельности. В содержательном

восприятии инновации как таковой оба этих подхода абсолютно оправданы. В процессе инновационной деятельности мы работаем с инновациями и получаем инновацию. Разграничение данных подходов, по-нашему мнению, видится в том, что инновация (И), являющаяся объектом инновационной деятельности носит характер «идеи» (мысль, проект, программа, предложения и т. п.), а в результате инновационной деятельности (ИД) приобретает иную «форму» (И'), т. е. **И → ИД → И'**.

Воспринимая результаты инновационной деятельности как иные формы начальных инноваций, мы подразделяем их на две группы: 1) «цель» – целевые результаты, т. е. непосредственно новые формы инноваций, новые продукты, новые технологии, новые комбинации средств производства, услуги, товары и удовлетворенные с их помощью потребности, и 2) «эффект» – это те сопутствующие результаты, которые связаны с повышением конкурентоспособности, эффективности, качества и т. п. Забегая вперед, мы можем говорить в таком представлении о двух основных вариантах форм результатов инновационной деятельности – материальные и нематериальные.

Таким образом, основываясь на проведенном нами анализе понятий «инновационная деятельность», применяя концептуальный подход к определению понятия «результат инновационной деятельности», и логику концептуального анализа и синтеза, а также методику, предложенную А.Г. Теслиновым, определим группу базисных понятий, которые лягут в основу предлагаемого нами концепта «результат инновационной деятельности» [10, с. 286]. Это:

- 1) **процесс** организации инновационной деятельности;
- 2) **идея**, ради которой зарождается, поддерживается и развивается инновационная деятельность;
- 3) **технология**, за счет которой создается и осуществляется инновационная деятельность;
- 4) **форма**, в которой представлена новая идея.

В данной группировке базисных понятий инновационной деятельности мы осознанно исключаем «субъект», так как инновационной деятельностью занимаются исключительно люди, и субъектный контекст не является предметом нашего исследования. К тому же только два автора в своих определениях «инновационной деятельности» нашли необходимым выделить субъект в инновационной деятельности.

Определив базисные понятия строящейся нами концептуальной схемы «результат инновационной деятельности», дадим им определения:

«**ПРОЦЕСС**» (выступает как родовое понятие) – совокупность необратимых, взаимосвязанных, длительных изменений как спонтанных, так и управляемых, как самоорганизованных, так и ор-

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

ганизуемых, результатом которых является некое новшество или нововведение [11].

«ИДЕЯ» – форма отражения внешнего мира, включающая в себя сознание цели и перспективы его дальнейшего познания и практического преобразования [12].

«ТЕХНОЛОГИЯ» – способ преобразования вещества, энергии, информации в процессе изготовления продукции, обработки и переработки материалов, сборки готовых изделий, контроля качества, управления. Технология воплощает в себе методы, приемы, режим работы, последовательность операций и процедур, она тесно связана с применяемыми средствами, оборудованием, инструментами, используемыми материалами [13].

«ФОРМА» – внутренняя организация содержания, охватывающая систему устойчивых связей предмета. Возникающее в ходе несоответствие содержания и формы в конечном итоге разрешается «сбрасыванием» старой и возникновением новой формы. Она может быть представлена в виде материальных вещей и быть оформленной материей и существовать в неформальной «материи» – нематериальной форме, обладать независимым от «материи» существованием [14].

Базисные понятия соединим между собой следующими содержательными отношениями (рис. 1).

1. Отношение «*Осуществимости идей*» – целевая прожекторная компонента взаимосвязей, отражающая в комплексе способность научной идеи быть осуществленной в реальной практической деятельности; понятие осуществимости задает генеральную целевую установку преобразования идеи в инновацию (в результат), происходящим в процессном и технологическом блоках.

2. Отношение «*Реализуемости идей*» – технологическая компонента взаимосвязей, отражающая способность непосредственно самого процесса, как последовательности необратимых, взаимосвязанных, длительных изменений, обеспечить создание инновации как результата.

3. Отношение «*Адекватности технологий*» – техническая, организационная, методологическая и иная способность и ресурсная (финансовая, производственная, человеческая и т. п.) обеспеченность той или иной технологии (способа, метода) преобразовать ту или иную идею, довести ее до логического желаемого результата.

4. Отношения «*Инсталляции технологий*» – процедура планомерного, обоснованно необходимого и реально достаточного внедрения, встраивания, включения тех или иных технологий в процесс инновационной деятельности, по сути обеспечивая его существование.

5. Отношение «*Целеполагания*» – взаимосвязи, исходящие из процессного и технологического блока и определяющие целевую установку на ту или иную форму инновации как результат. Процесс нацелен на результат, причем, как сам процесс на конечный ключевой результат, связанный с осуществлением потребляемой инновации, так и на промежуточные результаты, появляющиеся в ходе реализации тех или иных технологий, на различных этапах и циклах инновационного процесса. Эти результаты могут быть планируемыми, случайными, неожиданными, промежуточными, итоговыми, но явившимися следствием целеполагания (основного или промежуточного), они могут отражаться в виде конкретных целевых показателей, а также в виде дополнительных эффектов.

6. Отношение «*Желательности формы*» – из

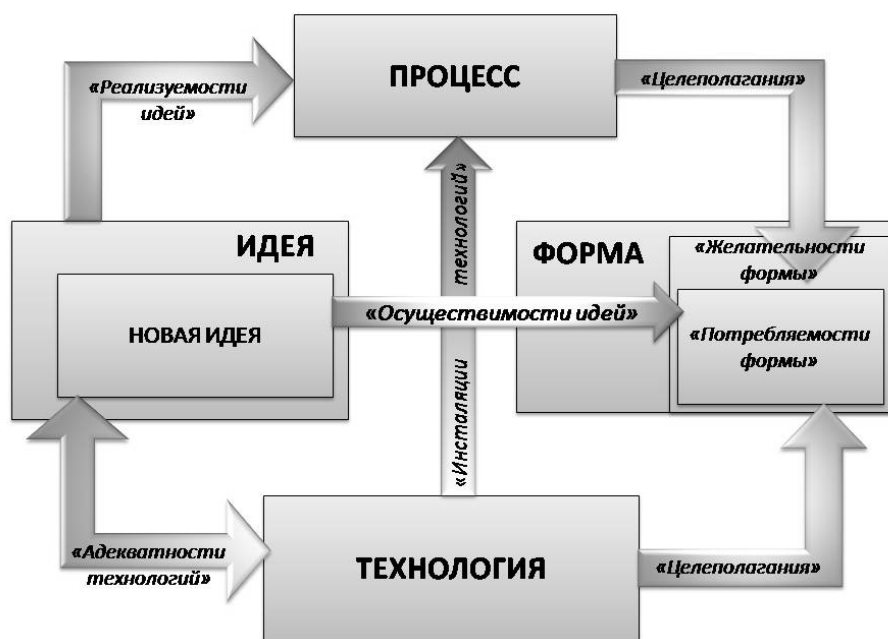


Рис. 1. Схема концепта «результат инновационной деятельности»

всех возможных результатов инновационной деятельности мы выбираем те новые формы инновации, которые желательны инициатору этой деятельности. Отрицательные результаты не рассматриваются как результаты инновационной деятельности по определению того, что инновация признается таковой не только после ее внедрения, но и после того, когда она дала эффект, т. е. положительный желательный результат.

7. Отношение «*Потребляемости формы*» – среди желательных форм инноваций ценность имеют потребляемые формы, на которые есть спрос, в которых есть потребность, которые дают коммерческий эффект. Внедренная инновация, не нашедшая своего потребителя, перестает быть желаемым результатом инновационной деятельности.

Таким образом, на основе выявленных базисных понятий и с использованием описанных содержательных отношений (взаимосвязей) между ними синтезируем и сформулируем концепт:

«**Результат инновационной деятельности**» – это желательная **форма** новой **идеи**, осуществленная в ходе реализации целенаправленного на ее потребление **процесса** и инсталлированных в него адекватных **технологий**; при этом форма здесь может быть как материальной, так и нематериальной.

Результаты инновационной деятельности укрупнено можно разделить на две части.

К первой части относятся «**материальные результаты инновационной деятельности**», которые могут быть выражены в виде движимого и недвижимого имущества, новых или усовершенствованных продуктов, имеющих конкретную вещественную форму, созданных, освоенных, модернизированных или модифицированных машин, оборудования, аппаратов, механизмов, инструментов, приборов, средств автоматизации и т. п. Все материальные компоненты ИД имеют конкретное отражение в бухгалтерском учете, для них разработаны стандартные методы оценки и учета, которые не вызывают больших споров и вопросов. Материальные результаты инновационной деятельности предприятия составляют, безусловно, главную и определяющую в принципе смысл инновационной деятельности часть.

Вторую же, но не менее значимую, по нашему мнению, часть результатов инновационной деятельности представляют нематериальные результаты. Вопрос о содержательном наполнении понятия «**нематериальные результаты инновационной деятельности**» довольно проблематичен в своем разрешении ввиду неоднозначности и сложности терминологии, применяемой как в российской науке, так и зарубежной литературе, и, по нашему мнению, требует дополнительного исследования. Нематериальные результаты инновационной деятельности также нуждаются во всесторонней оценке и учете.

Некоторые российские авторы под нематериальными результатами ИД (далее – также НРИД) понимают исключительно **нематериальные активы** предприятия [15].

Мы согласны, что какая-то часть нематериальных активов входит в состав нематериальных результатов инновационной деятельности, но неправильно утверждать, что эти экономические категории тождественны.

Для определения более точного содержательного наполнения такой экономической категории, как «**НРИД**», необходимо обозначить, что мы понимаем под нематериальными активами.

Сегодня существует множество трактовок понятия «нематериальные активы», связанные с юридической, бухгалтерской и налоговой сферами деятельности. Однако, как правило, эти определения являются специфичными в зависимости от их назначения.

Содержание нематериальных активов, рассматриваемых в бухгалтерском смысле, и интеллектуальной собственности определено в нормативных актах.

Так, согласно российским стандартам учета в состав нематериальных активов (далее – также НМА) входят идентифицируемые неденежные активы, не имеющие физической формы, служащие для использования при производстве или предоставлении товаров или услуг, для сдачи в аренду другим, или для административных целей, для принятия к бухгалтерскому учету активов в качестве нематериальных.

Можно выделить следующие четкие критерии идентификации понятия «нематериальные активы»:

- документально оформленное подтверждение существования актива, так и исключительного права на результаты интеллектуальной деятельности (патенты, свидетельства, товарная марка, договор приобретения и т. д.);
- способность приносить экономические выгоды;
- отсутствие материально-вещественной (физической) структуры;
- возможность идентификации;
- использование объектов НМА в производстве продукции, выполнения работ, оказания услуг или управления компанией.

В зарубежной практике в контексте результатов ИД используется термин – *intangible assets*. Переводя этот термин на русский язык, можно предложить как два варианта перевода («нематериальные» и «неосязаемые» активы), так и два варианта восприятия.

Традиционно специалисты под *intangible assets*, опять же, понимают нематериальные активы, т. е. долгосрочные активы организации, которые не обладают физической сущностью (не имеют материально-вещественной формы), дают права и привилегии их собственнику (правообладателю)

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

и генерируют для него доход (выгоду). То есть, с позиции бухгалтерского учета, мы говорим о нематериальных активах (НМА), которые компания может поставить на баланс и извлекать из этого определенную выгоду.

Для того чтобы определить комплексный состав элементов результатов инновационной деятельности, необходимо рассмотреть ряд дополнительных сопутствующих экономических категорий, отражающих сущность неосязаемых активов.

Так, в современной терминологии все чаще под неосязаемыми активами понимают такую экономическую категорию, как «интеллектуальный капитал» (ИК). С позиции рынка ИК представляет собой собирательное понятие для обозначения неосязаемых ценностей, которые повышают рыночную стоимость компании и её конкурентоспособность.

По мнению многих авторов, основными составляющими ИК капитала являются:

1) «структурный или организационный капитал», включающий в себя интеллектуальную собственность и совокупность профессиональных знаний;

2) «потребительский (клиентский) капитал» – совокупность знаний, которая позволяет найти и сформировать нового покупателя;

3) «человеческий капитал», который состоит из профессиональных знаний сотрудника, его моральных ценностей, приверженности компании, корпоративной культуры и постепенно становится критической составляющей интеллектуального капитала.

Существует противоположная точка зрения, когда интеллектуальный капитал рассматривается как часть, а не синоним неосязаемых активов. Признается, что есть вещи нематериальной природы, которые не являются логической частью интеллектуального капитала компании [16, с. 27–41]. В частности, Р. Петти и Дж. Гутри считают, что такой вещью является репутация фирмы, которая может быть сопутствующим продуктом (результатом) разумного использования интеллектуального капитала фирмы, но не является частью ее интеллектуального капитала [17, с. 155–176].

Мы согласны с точкой зрения И.И. Просвириной, что расширение понятия интеллектуального капитала до уровня всей совокупности неосязаемых активов неоправданно. Во-первых, само понятие ИК становится ненужным, и, во-вторых, размывается такая важная характеристика ИК как его управляемость известными в менеджменте методами. Неосязаемые активы, которые являются результатом действий внешних факторов, слабо или вообще не являются управляемыми [18, с. 103–120].

Соглашаясь с тем, что интеллектуальный капитал вбирает в себя более широкий круг активов, чем признаваемые в бухгалтерском учете нематериальные активы, уточним, что не весь ИК входит

в состав нематериальных результатов инновационной деятельности.

По нашему мнению соотношений таких экономических категорий как «НРИД», «ИК», «НМА» и объекты интеллектуальной собственности (ОИС) можно представить следующим образом (рис. 2):

Нематериальные результаты инновационной деятельности приносят доход компании и повышают её рыночную стоимость не только за счет учтённых нематериальных активов и интеллектуального капитала, но и за счет целого ряда других неосязаемых, неучтенных, не воспринятых составляющих.

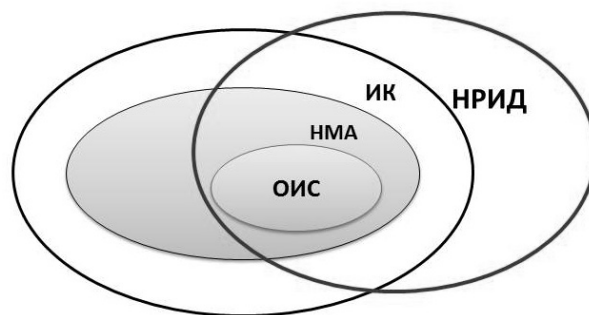


Рис. 2. Соотношение понятий «нематериальный результат инновационной деятельности», «интеллектуальный капитал», «нематериальные активы» и «интеллектуальная собственность»

На основе анализа классификаций нематериальных составляющих инновационной деятельности авторами предлагается следующая классификация нематериальных результатов инновационной деятельности предприятия (рис. 3).

Выделяются три уровня классификации. На первом уровне нематериальные результаты инновационной деятельности делятся на:

1. Внешние – образуются, аккумулируются и обеспечивают конкурентное преимущество во внешней среде предприятия: имидж, репутация торговой марки, работа с партнерами, влияние на распределительные каналы и механизмы и т. д.;

2. Внутренние – образуются и аккумулируются во внутренней среде предприятия: технологии, производственные ноу-хау, организационная культура предприятия и т. п.

На втором уровне для внутренних нематериальных результатов инновационной деятельности выделяются две составляющие: инфраструктурные и человеческие результаты. Инфраструктурные результаты предлагается разделить на технологические и организационные результаты предприятия.

Внешние нематериальные результаты инновационной деятельности обозначены как рыночные активы предприятия и подразделяются на потребительские и партнерские.

Сегодня все больше компаний ориентируется на нематериальные результаты инновационной деятельности, как на источник создания и поддержания стоимости компании. Нематериальные ре-



Рис. 3. Классификация нематериальных результатов ИД

зультаты инновационной деятельности нуждаются во всесторонней оценке, так как будущие доходы от них зачастую оказываются весьма значительными. Итогом применения НРИД является не только создание материальных благ, но и широкий обмен НРИД – одно из важнейших предпосылок экономического, социального, культурного развития национальной экономики.

Таким образом, на основе анализа и переосмысления существующих теоретических основ инновационной деятельности, нами было дано концептуальное определение понятия «результат инновационной деятельности».

Прделанная работа позволяет акцентировать внимание на нематериальных результатах инновационной деятельности, а именно на их дальнейшей более подробной классификации, обоснования их сущности и разработке модели их оценки.

Литература

1. Курнышева, Д. Инвестирование инновационного развития / И. Курнышева, Д. Сулейманов // *Экономист*. – 1994. – № 10. – С. 61–68.
2. Балдин, К.В. Управление рисками в инновационно-инвестиционной деятельности предприятия / К.В. Балдин. – М.: Изд. «Дашков и Ко», 2005.
3. Уколов, В.Ф. Инновационный менеджмент в государстве и бизнесе / В.Ф. Уколов, В.А. Галайда, С.С. Мазин, под ред. В.Ф. Уколов. – М.: Экономика, 2009.
4. *Frascati Manual. Proposed Standard Practice For Surveys on Research And Experimental Development*, OECD Publications, Printed in France, 2002.

5. Тодосийчук, А.В. Основы управления инновационной деятельностью в организации / А.В. Тодосийчук. – 2-е изд. – М.: РАЕН, 1999.

6. Завлин, П.Н. Оценка эффективности инноваций / П.Н. Завлин, А.В. Васильев. – СПб.: Бизнес-пресса, 1998. – С. 11.

7. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. – М.: Инфра-М, 1996.

8. Гунин, В.Н. Управление инновациями / В.Н. Гунин, В.П. Баранчев. – М.: Инфра М, 2000. – С. 21.

9. *Экономическая энциклопедия / науч.-ред. совет изд-ва институт экономики РАН / гл. ред. Абалкин*. – М.: Экономика, 1999.

10. Теслинов, А.Г. Концептуальное проектирование сложных решений / А.Г. Теслинов. – СПб.: Питер, 2009.

11. Огурцов, А.П. Новая философская энциклопедия: в 4 т. / А.П. Огурцов; под ред. В.С. Стёпина. – М.: Мысль, 2001.

12. *Философская энциклопедия: в 5 т.* – М.: Советская энциклопедия / под ред. Ф.В. Константинова. – 1960–1970.

13. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 2-е изд., испр. – М.: ИНФРА-М, 1999.

14. Ефремова, Т.Ф. Новый словарь русского языка (толково-словообразовательный) / Т.Ф. Ефремова. – М.: Русский язык, 2000.

15. Чугаев, А.А. Оценка результатов инновационной деятельности и реализуемости инновационных проектов на предприятиях: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.А. Чугаев. – Белгород, 2004.

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

16. Guthrie, J. *The management, measuring and reporting of intellectual capital* / J. Guthrie // *Journal of Intellectual Capital*. – 2001. – Vol. 2, no. 1.

17. Petty, R. *Intellectual capital Literature Review. Measurement, reporting and management* /

R. Petty, J. Guthrie // *Journal of Intellectual Capital*. – 2000. – Vol. 1, no. 2.

18. Просвирина, И.И. *Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы* / И.И. Просвирина // *Финансовый менеджмент*. – 2004. – № 4.

Поступила в редакцию 25 января 2013 г.

Елохова Ирина Владимировна. Доктор экономических наук, доцент, зав. кафедрой «Управление финансами», Пермский национальный исследовательский политехнический университет. Область научных интересов – финансовый менеджмент, оценка бизнеса, управление интеллектуальным капиталом. Телефон: 8-912-881-80-13, e-mail: elohova.iv@gmail.com

Irina Vladimirovna Elokhova. Doctor of Science (Economics), Associate Professor, Head of the Financial Management Department, Perm National Research Polytechnic University. Research interests: financial management, business valuation, management of intellectual capital. Contact phone number: 8-912-881-80-13, e-mail: elohova.iv@gmail.com

Назарова Любовь Александровна. Аспирант, Пермский национальный исследовательский политехнический университет. Область научных интересов – финансовый менеджмент, управление нематериальными активами и интеллектуальным капиталом, инновационная деятельность. Телефон: 8-951-93-88-572, e-mail: lyubov_nazarova@hotmail.com

Lyubov Aleksandrovna Nazarova. Postgraduate student, Perm National Research Polytechnic University. Research interests: financial management, management of intangible assets and intellectual capital, innovation activity. Contact phone number: 8-951-93-88-572, e-mail: lyubov_nazarova@hotmail.com

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ КАК ПУТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК

А.Б. Крутик, Л.В. Ильина

Рассматривается проблема взаимодействия предпринимательского и научного сообщества в целях осуществления инновационных разработок и их реализации на рынке; представлен путь решения проблемы через создание профессиональных сервисных компаний венчурного рынка РФ; описывается модель связи ученого и предпринимателя через сервисные компании.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, коммерциализация, предпринимательское сообщество, венчурный рынок.

На сегодняшний момент времени так сложилось, что наука является важным инструментом экономического развития любого субъекта. Наука превратилась в специфическую сферу товарного производства, где товаром является объект интеллектуальной собственности.

Внедряя научные разработки хозяйствующие субъекты, регионы, государство повышают свою конкурентоспособность. Если рассматривать непосредственно предпринимательский сектор, то следует помнить, что предпринимателю важно заинтересовать потенциального клиента, привлечь новые группы потребителей, – тем самым повысить уровень конкурентоспособности, это все возможно с помощью применения инноваций и инновационных технологий. Инновации являются результатом труда ученых, но этот труд необходимо оформить в проект и внедрить, т. е. реализовать на рынке. Однако научное и предпринимательское сообщество находятся на разных сторонах пропасти. Если ученые научатся мыслить в категориях рынка, то они смогут зарабатывать на «интеллекте» [4].

Именно слова Томаса Эдисона: «Я не стану изобретать то, что нельзя продать» должны быть лозунгом для научного сообщества в современных рыночных условиях.

Для того, чтобы научная деятельность не оставалась в тени, необходимо ее результаты внедрять в реально существующие субъекты. Если инновация и технология не находят применения, остаются никому не известными, не получают финансирования, не привлекают новых исследователей, то они «погибают» и, как следствие, полученный результат интеллектуальной деятельности остается не применен на практике. Выход на рынок товара, услуги, технологии – единственный способ для выживания инновации.

Внедрение инноваций может осуществляться несколькими путями:

1. На коммерческой основе – коммерциализация инноваций.
2. На некоммерческой основе.

По мнению М. Портера, «процветание, осо-

бенно в продвинутых экономиках, вытекает из способности национальных компаний создавать, а затем в глобальном масштабе коммерциализировать новые продукты и процессы, осваивая передовые рубежи инноваций тем быстрее, чем ближе конкуренты» [5].

В европейских странах существует проблема в цепочке «ученый-инноватор – предпринимательское сообщество», она основывается на поиске рыночных возможностей, в то время как в России на первом плане стоит проблема отсутствия связующего звена между учеными и предприятиями. По словам Сергея Митрофанова (генеральный директор компании Brandflight, г. Москва), Россия – это бренд, одним из составляющих которого является слово «интеллект», однако «это интеллект, который мы не умеем продавать» [6]. Следует отметить, что в сложившейся ситуации сыграла роль миграция ученых, которая началась 25–35 лет назад, на практике можно отметить, что именно ученые этого возраста решаются на коммерциализацию своих инновационных разработок. Ученые более преклонного возраста с недоверием относятся к бизнесу, поэтому не реализуют свои разработки на коммерческой основе.

Эта проблема возникла в связи с тем, что восприятие целей исследований и предназначения инноваций различны у ученого и представителя предпринимательского сообщества. Ученые большую часть времени занимаются разработкой, им важен сам процесс получения продукта инновационной деятельности, а бухгалтерскими расчетами они не хотят заниматься, так как они не имеют никакого интереса для ученого. Инвесторы, в свою очередь, готовы вкладывать активы только в те проекты, которые имеют финансовое обоснование и эффект от внедрения на рынке.

Для адаптации фундаментальной науки к бизнесу необходимо прибегнуть к процессу коммерциализации. Коммерциализация инноваций – это процесс выделения средств на инновации и поэтапного контроля за их расходованием, включая оценку и передачу завершенных и освоенных в

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

промышленных условиях результатов инновационной деятельности [2].

Коммерциализация инноваций – это привлечение инвесторов для финансирования деятельности по реализации этого новшества из расчета участия в будущих прибылях в случае успеха [7].

Процесс коммерциализации инноваций обычно включает в себя участников, обладающих финансовыми ресурсами (см. таблицу).

Процесс освоения нововведений является длительным, дорогостоящим и рискованным, так как нововведение является продуктом интеллектуальной деятельности.

На основе этих фактов можно сказать о том,

что процесс коммерциализации является сложным за счет потребности в финансовом, организационном, нормативно-правовом обеспечении инноваций.

Для решения всех основных проблем, с которыми сталкиваются ученые, необходимо расширять создание профессиональных сервисных компаний венчурного рынка Российской Федерации, которые оказывают услуги в сфере маркетинга и развития бизнес-инновационных проектов [3].

Эти компании должны быть связующим звеном между научным и предпринимательским сообществом. Основные функции, которые выполняют такие компании:

Участники процесса коммерциализации инноваций

Участники	Рынок действия и обоснование потребности в инновациях	Особенные требования, предъявляемые к инновациям
Транснациональные корпорации и крупные компании	Ориентированы на деятельность на международных рынках. Инновации необходимы для совершенствования деятельности и завоевание новых рынков с помощью инновационных товаров	Отдается предпочтение инновациям сферы «новой экономики». Под «новой экономикой» понимается комплекс наукоемких отраслей, занятых производством и обслуживанием информационно-коммуникационного оборудования, созданием и распространением программных продуктов, развитием коммуникационных сетей, а также вся система формирования, хранения, распространения и получения информации... [10]
Крупные и средние компании	Ориентированы на деятельность внутри страны. Инновации необходимы для повышения уровня конкуренции по сравнению с аналогичными импортными производителями	Таких участников интересуют инновации, которые имеют подтверждающие маркетинговые исследования, гарантирующие высокий спрос на рынке. И инновации прошедшие стадию опытного производства
Венчурные компании. Венчурные фонды	Ориентированы на деятельность, как на местном, так и на международном рынке. Инновации выступают как способ максимизации прибыли	Отдается предпочтение «революционным» инновациям сферы «новой экономики». Основное требование к инновациям – они должны быть активно развивающимися, и принести максимальную прибыль
Частные инвесторы. Частные инвестиционные компании	Ориентированы на деятельность в основном внутри страны. Инновации необходимы для повышения эффективности деятельности и завоевания новых сегментов рынка	Отдаются предпочтения инновациям, обладающим коротким сроком окупаемости и реализуемым на стабильном экономическом рынке. Стоимость инновационного проекта должна быть среднерыночной. Так как высокая стоимость проекта связана с большими финансовыми затратами, которые может потерпеть инвестор в случае, если проект не будет работать. Большие финансовые потери могут привести к банкротству капиталовкладчика
Специальные инвестиционные банки инновационной деятельности. А так же коммерческие банки, обладающие правом заниматься инвестиционными банковскими услугами	Ориентированы на деятельность на международных рынках. Потребность в инновациях как в способе максимизировать прибыль	Отдается предпочтение «революционным» инновациям любой стремительно развивающейся сферы экономики. Основное требование к инновациям – они должны быть активно развивающимися, и приносить максимальную прибыль

- ✓ проведение маркетингового исследования и анализа рынков высокотехнологической продукции;
- ✓ поиск и оценка рыночных сегментов, ниш, которым будет интересен новый продукт;
- ✓ подготовка и проведение бизнес-планирования;
- ✓ подготовка и проведение финансового планирования;
- ✓ осуществление стратегического маркетинга в инновационных компаниях;
- ✓ осуществление операционного маркетинга и вывод новых продуктов на рынок;
- ✓ и так далее.

Профессиональные сервисные компании венчурного рынка РФ должны подготавливать и предоставлять финансовую, плановую, маркетинговую информацию ученым-изобретателям (рис. 1), инвесторам (рис. 2), и представителям предпринимательского сообщества (рис. 3).

Универсальной структуры подготовки документов по реализации инвестиционного проекта не существует. Так как каждый проект индивидуален, а так же каждый разработчик (ученый) имеет свои взгляды на его реализацию и фундаментальную значимость. Однако любой инновационный проект содержит основные фазы реализации [9]:

1. Преинвестиционная фаза проекта,

включает в себя следующие этапы:

- 1.1. Преинвестиционные исследования и планирование проекта.
- 1.2. Разработка документации и подготовка к реализации.
2. Инвестиционная фаза проекта, включает в себя этапы:
 - 2.1. Проведение торгов и заключение контрактов.
 - 2.2. Реализация проекта.
 - 2.3. Завершение проекта.

Анализируя каждый из этапов, можно определить особенности деятельности сервисной компании венчурного рынка РФ. На ранней стадии реализации проекта необходимо осуществлять формирование качественной инвестиционной документации. На основе пакета этой документации инвестор будет принимать решение о первичном финансировании проекта. Грамотно выполненная документация является частью успеха и гарантией того, что проект будет рассмотрен инвестором.

Преинвестиционная подготовка инновационных проектов ранних стадий включает в себя следующие работы [8]:

1. Проведение оценки текущей стратегии коммерциализации проекта. Стратегия коммерциализации проекта описывает, каким образом планируется создавать устойчивые денежные по-



Рис. 1. Взаимодействие сервисной компании венчурного рынка и ученого-изобретателя по подготовке и предоставлению необходимой информации



Рис. 2. Взаимодействие сервисной компании венчурного рынка и инвестора по подготовке и предоставлению необходимой информации

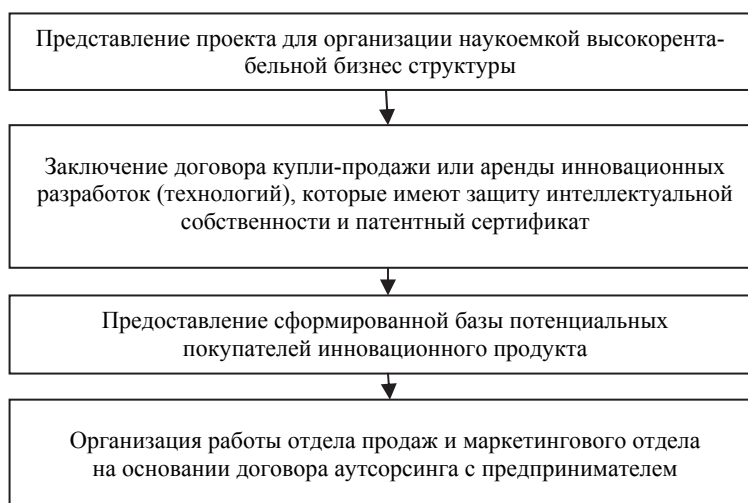


Рис. 3. Взаимодействие сервисной компании венчурного рынка и представителя предпринимательского сообщества (предпринимателя) по подготовке и предоставлению необходимой информации

токи. Стратегия коммерциализации состоит из описания следующих элементов: целевого рынка, бизнес-модели, стратегии и возможных каналов продвижения инновации, потенциальных партнеров и политики взаимодействия, перечня мероприятий, нацеленных на завоевание рынков, политики формирования цены, возможные преграды выхода на рынок. После оценки текущей стратегии делается заключение о соответствии или нет данной стратегии желаниям инвестора, для которого подготавливается необходимая документация.

2. Проведение предварительного исследования рынка сбыта. Проводится анализ потенциальных покупателей, изучаются потребности рынка и так далее.

3. Расчет и анализ количественных показателей. В основе финансового плана лежат расчеты количественных показателей рынка: объем и по-

тенциальная емкость рынка, динамика его роста, прогноз доли рынка компании и конкурентов.

4. Сегментация рынка и выбор целевых сегментов потребителей. Формирование целевых сегментов осуществляется на основе выдвинутой гипотезы о возможных целевых аудиториях, которая затем проверяется путем анализа рынка.

5. Проведение анализа конкурентной среды. Анализ конкуренции должен быть полным. Необходимо выявить возможных конкурентов как прямых, так и косвенных. Также необходимо прогнозировать возможность появления новых конкурентов на рынке, так как реализация инновационного проекта является длительным процессом.

6. Формирование маркетинговой стратегии.

7. Формирование плана маркетинга.

8. Формирование стратегии и плана продаж.

Осуществление перечисленных работ способ-

ствует точной формулировке стратегии коммерциализации инновационного проекта, на основе которой потенциальный инвестор получает обоснованный бизнес-план с реальным прогнозом по финансовым потокам.

Далее активное участие в реализации инновационного проекта сервисная компания должна принимать на этапе реализации проекта. Основная деятельность на этом этапе носит маркетинговый и управленческий характер. Проводится подробное исследование маркетинговых ниш; оцениваются перспективы инновационного продукта; формируются маркетинговые стратегии по продаже и продвижению инновационного продукта; осуществляется аутсорсинг отдельных функций.

Качественный анализ и оценка перечисленных работ способствует успешной реализации продукта на рынке и реализации коммерческого потенциала проекта.

На этапе реализации инновационного проекта можно выделить период роста проекта. В этот период необходимо заботиться о повышении эффективности инновационного проекта. Необходимо скорректировать стратегию инновационного проекта, что способствует увеличению периода получения максимального дохода.

В результате качественно подготовленная документация по проекту является 60 % успеха коммерциализации инновационной разработки. Основными результатами успешной коммерциализации инноваций являются:

- ✓ получение дополнительного дохода;
- ✓ развитие научного превосходства;
- ✓ повышение конкурентоспособности страны [1].

Научная деятельность должна быть обязательно реализована на практике. И одним из путей реализации инновационных разработок является коммерциализация. Внедрение инноваций в практическую деятельность повышает конкурентоспособность и уровень экономической безопасности как страны в целом, так и отдельных предпринимательских структур, которые, несмотря на риск, внедряют инновационные разработки в деятельность.

Литература

1. *Коммерциализация результатов научно-технической деятельности: европейский опыт, возможные уроки для России / В.В. Иванов, С. Клесова, О.П. Лукаш и др. – М.: ЦИПРАН РАН, 2006. – 264 с.*
2. *Комков, Н.И. Требования и условия оценки эффективности бизнес-инноваций в условиях рыночной конкуренции / Н.И. Комков, Г.Г. Балаян, Н.Н. Бондарева; под ред. А.Г. Коровкина // Научные труды ИНИ РАН. – М.: Макс-Пресс, 2005 – 27 с.*
3. *Комков, Н.И. Проблемы коммерциализации научных исследований и направления их решения / Н.И. Комков, Н.Н. Бондарева // Проблемы прогнозирования. – 2007. – № 1.*
4. *Крутик, А.Б. Направления коммерциализации отечественных инновационных разработок / А.Б. Крутик, Д.С. Криворотов // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 1/2013.*
5. *Porter, M. The Impact of Location on Global Innovation / M. Porter // The Global Competitiveness Report. – 2002–2003. – P. 227.*
6. <http://www.opora-credit.ru/news/hot/detail.php?ID=30784> – ОПОРА-КРЕДИТ. Все о предпринимательстве. Коммерциализация инноваций
7. http://fido.fem.spbstu.ru/modules/library/text_book.php?id=2&page=112 – СПбГПУ Кафедра «ФИДО»
8. <http://cci-hse.ru/node/10> – центр коммерциализации инноваций.
9. <http://www.technopark.by/business/207.html> – технологический парк Могилев. Система дистанционного бизнес – образования. Инновационный проект: понятия, основные этапы создания и реализации.
10. <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=934> – Базылев Н.И., Грибанова Н.Л. «Новая экономика», ее движущие силы и тенденции развития // Евразийский международный научно-аналитический журнал. Проблемы современной экономики. – 2006. – № 1/2 (17/18).

Поступила в редакцию 5 января 2013 г.

Крутик Александр Борисович. Доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, профессор кафедры организация обслуживания населения, Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. Область научных интересов – экономика, предпринимательство, инновации, малый бизнес. Контактный телефон 89210936676.

Alexander Borisovich Krutik. Doctor of Science (Economics), professor, an Honored Worker of Science of the Russian Federation, Professor of the Department of Population Service Organization, Saint-Petersburg State University of Service and Economy. Research interests: economy, entrepreneurship, innovations, small business. Contact phone number: 89210936676.

Ильина Любовь Викторовна. Аспирант кафедры организация обслуживания населения, Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. Область научных интересов – экономика, инновационное развитие малого бизнеса сферы услуг. Контактный телефон 89118840042.

Lyubov Viktorovna Ilyina. Post-graduate student of the Department of Population Service Organization, Saint-Petersburg State University of Service and Economy. Research interests: economy, innovative development of small business of service industry. Contact phone number: 89118840042.

ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ (ЧАСТЬ 2)

М.С. Кувшинов

Статья является продолжением предыдущей публикации и посвящена вопросам выбора и реализации инструментов прогнозирования оценки финансового состояния предприятия. Описана методика реализации листов электронной книги, позволяющая создать базу расчета экономических показателей для последующего расчета рейтинговой оценки инвестиционного климата предприятий. Приведены примеры реализации инновационных инструментов.

Ключевые слова: предприятие, финансовое состояние, прогнозирование, оценка, инновационные инструменты.

В предыдущей части публикации [1] были описаны методические подходы к формированию информационно-аналитической системы для прогнозирования финансового состояния предприятия на основе расчета интегральных рейтинговых оценок. При этом исходными предпосылками были учет действия всех факторов и величин показателей, имеющих существенное значение для заинтересованных лиц с возможностями их расчета массовым пользователем [2]. С учетом использования только достоверных источников данных о финансовом состоянии предприятия или его прогнозируемых изменениях, доступных для любого участника рынка, была обоснованно выбрана обязательная внешняя финансовая отчетность и внутренний документ – учетная политика для целей финансового учета и для целей налогообложения. Принимая во внимание масштабный фактор деятельности предприятий, разнонаправленность влияния отдельных показателей деятельности на итоговую интегральную оценку и различное количество показателей внешней и внутренней сред, а также наиболее критичных экономических показателей для отдельных предприятий в [1] была предложена формула, учитывающая все указанные элементы в едином выражении расчета общей оценки инвестиционного климата предприятия. В целях реализации использования экономико-математической модели был обоснован выбор рабочего инструмента в виде оболочки MS EXCEL и специальной схемы обработки потоков экономической информации. Указанная схема позволяет сопоставить между собой по экономическим показателям и итоговой рейтинговой оценке все выбранные или назначенные значения одного параметра вариативных элементов институциональной среды предприятия (ВЭИС) и представлять их в наглядном графическом виде в динамике развития предприятия во времени с установленной периодичностью. При этом выполняется последовательное преобразование исходных данных в итоговые

рейтинговые оценки по схеме преобразования матриц:

[Финансовый Показатель Отчетности – Период] →
→ [Экономический Показатель – Период] →
→ [Период – [Экономический Показатель –
Вариант Значения Параметра]] →
→ [Период – [Рейтинг Экономического Состояния
– Вариант Значения Параметра]].

В первой части статьи [1] были описаны первые три преобразования для исходного варианта моделирования влияния вариантов начисления амортизации основных средств для целей финансового учета и целей налогообложения при равных сроках полезного использования по 5 лет и линейной амортизации в каждом случае (Л5Л5 в обозначениях [1]). Вариантом значения параметра в дальнейшем будет рассматриваться именно вариативность способов и методов амортизации основных средств.

Прямыми следствиями изменения способа начисления амортизации основных средств по сравнению с линейным на варианты ускоренной амортизации являются изменение остаточной стоимости основных средств, себестоимости продукции, и появления отложенных налоговых активов (ОНА) в составе основных фондов и отложенных налоговых обязательств (ОНО) в составе долгосрочных обязательств. Указанные изменения называются на зависимые от этого стоимость основных фондов и всех активов, величину чистой прибыли, долгосрочных обязательств и величину собственных источников капитала в части нераспределенной прибыли [2].

Отражение отложенных налоговых обязательств (ОНО) текущего периода при расчетах по налогу на прибыль в процессе расчета чистой прибыли появляется при превышении амортизации в системе налогообложения над амортизацией в системе учета и выражается в увеличении долгосрочных обязательств и в уменьшении величины краткосрочных обязательств. Учет ОНО предыдущих

периодов при уплате налога на прибыль выражается в уменьшении и в увеличении. При этом баланс не изменяется.

Исчисление отложенных налоговых активов (ОНА) текущего периода при расчетах по налогу на прибыль в процессе расчета чистой прибыли появляется при превышении амортизации в системе учета над амортизацией в системе налогообложения и выражается в увеличении величины основных фондов и в увеличении зависимых величин всех активов, величины краткосрочных обязательств и общей суммы источников капитала. Погашение ОНА предыдущих периодов при уплате налога на прибыль выражается в уменьшении величин основных фондов, активов, краткосрочных обязательств и суммы капитала и резервов. Следует отметить, что величина ОНА составляет часть разности начисленных величин амортизаций, а разность исчисленных и погашенных величин ОНА зависит от момента исчисления и погашения.

При равных сроках полезного использования основных средств, в том числе для систем учета и налогообложения, выбор ускоренных способов начисления амортизации в учете по сравнению с линейным способом и выбор линейного метода начисления амортизации для налогообложения, приводит к отражению меньшей остаточной стоимости основных средств. Кроме этого выполняется исчисление ОНА в текущих периодах и погашение ОНА за предыдущие периоды.

Аналогично, при равных сроках полезного использования основных средств, в том числе для систем учета и налогообложения, выбор ускоренных способов начисления амортизации в учете по сравнению с линейным способом и выбор нелинейного метода начисления амортизации для налогообложения приводит, в основном, к отражению меньшей остаточной стоимости основных средств, что находит выражение в уменьшении показателей стоимости основных фондов, величины всех активов и чистой прибыли, а также величины собственных источников капитала.

Подобным образом при равных сроках полезного использования основных средств, в том числе для систем учета и налогообложения, выбор линейного способа начисления амортизации в учете и выбор нелинейного метода начисления амортизации для налогообложения, приводит к отражению ОНО в текущих периодах и учету ОНО за предыдущие периоды. В случае превышения учетных сумм ОНО за прошлые периоды над суммами ОНО, отраженными в текущем периоде, направление изменения тех же показателей будет противоположным.

Отличия других листов книги электронной модели при отклонениях вариантов амортизации в различных системах учета друг от друга от базовой модели Л5Л5 формируются ее копированием и редактированием.

Лист книги Л5Н5 получен копированием из листа Л5Л5 с последующим редактированием содержимого ячеек, которые касаются нелинейного метода начисления амортизации в налоговом учете. На рис. 1 и 2 показаны изменения относительно листа Л5Н5. При этом наиболее существенные источники изменений – ОС_НО, ОНА и ОНО – выделены рамкой. Изменения в матрице [Экономический Показатель – Период] наследуют изменения численных значений в матрице [Финансовый Показатель – Период] и отдельно не показаны. Поскольку в целом структура и содержание листа книги Л5Л5 было последовательно и подробно уже описано, то далее будут показываться только отличия в функциональной последовательности причин возникновения и их последствий.

В связи с появлением ОНА и ОНО введены дополнительные строки 88 и 89 соответственно для отражения временных налоговых разниц, определенных на конец каждого квартала. В строках 73 и 74 отчета о прибылях и убытках отражаются накопленные в течение текущего года величины. Источником отклонений является нелинейный порядок начисления амортизации для налогообложения в строке 85.

Для ячейки D85 выражение расчета остаточной стоимости основных средств при нелинейной амортизации будет иметь следующий вид:

$$[D85] = \$C85 * (1 - 0,01 * \$B2)^{(3 * D3)}. \quad (1)$$

В ячейке B2 введена фиксированная норма амортизации в соответствии с Налоговым кодексом РФ для срока полезного использования 5 лет.

Наличие отклонений величин остаточной стоимости основных средств и связанных с этим величин амортизации в строках 15 и 85 формирует величины ОНА в строках 18, 74 и 88 и величины ОНО в строках 43, 73 и 89.

Величины ОНА за текущий квартал определяются выражениями:

$$[K18] = 0,2 * (J15 - K15 - J85 + K85) / 3, \quad (2)$$

где 0,2 – ставка налога на прибыль 20%.

Выражение (2) для ОНА справедливо в диапазоне столбцов от K до W. В диапазоне столбцов от D до I величина результата будет иметь отрицательное значение, что соответствует формированию ОНО. В строке 74 временные налоговые разницы отражаются накопительным итогом в рамках текущего года.

Появление временных налоговых разниц изменяет выражение для расчетов величин текущих налогов на прибыль, остающихся на конец квартала. Так, для 1-го квартала с учетом имеющихся ОНО выражение будет иметь вид:

$$[D43] = 0,2 * (C85 - D85 - C15 + D15) / 3. \quad (3)$$

Появление временных налоговых разниц изменяет выражение для расчетов величин нераспределенной прибыли.

Начиная со второго квартала первого года выражение имеет вид:

1	A	B	C	1			2			3			4			T	U	V	W				
				D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O					P	Q	R	S
2	норма ам	5,6	год	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
3	квар-п		кв-лы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
4	учет	налоги																					
5	л	н																					
6	СПИ	СПИ																					
7	5	5																					
8	БАЛАНС		начало																				
9																							
10	АКТИВ																						
11	статья	код																					
12	I.ВНЕОБОР.АКТИВЫ																						
15	ОС	1130	100,00	95,00	90,00	85,00	80,00	75,00	70,00	65,00	60,00	55,00	50,00	45,00	40,00	35,00	30,00	25,00	20,00	15,00	10,00	5,00	0,00
16	ДохВл в МЦ	1140																					
18	ОНА		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,07	0,11	0,15	0,18	0,20	0,22	0,24	0,25	0,27	0,28	0,29	0,29
20	Итого I	1100	100,00	95,00	90,00	85,00	80,00	75,00	70,00	65,00	60,02	55,07	50,11	45,15	40,18	35,20	30,22	25,24	20,25	15,27	10,28	5,29	0,29
21	II.ОБОРОТ.АКТИВЫ																						
22	Запасы	1210	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
23	в т.ч. ГотПр	1211	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
25	ДевЗадолж	1230	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
27	Ден ср-ва	1250	35,33	68,63	101,77	134,78	167,74	200,60	233,38	266,11	298,85	331,52	364,17	396,80	429,47	462,10	494,73	527,34	560,02	592,68	625,34	658,00	690,66
29	ИТОГО II	1200	37,33	70,63	103,77	136,78	169,74	202,60	235,38	268,11	300,85	333,52	366,17	398,80	431,47	464,10	496,73	529,34	562,02	594,68	627,34	660,00	692,66
30	БАЛАНС	1600	100,00	132,33	160,63	188,77	216,78	244,74	272,60	300,38	328,12	355,91	383,63	411,32	438,97	466,67	494,32	521,97	549,60	577,29	604,98	632,62	660,29
31																							
32	ПАССИВ																						
33	III. КАПИТАЛ																						
34	УстКапитал	1310	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
39	Нераспр Пр	1370	28,30	56,44	84,44	112,41	140,27	168,05	195,77	223,51	251,19	278,84	306,46	334,13	361,77	389,39	417,01	444,69	472,35	500,00	527,66	555,39	583,12
40	ИТОГО III	1300	100,00	128,30	156,44	184,44	212,41	240,27	268,05	295,77	323,51	351,19	378,84	406,46	434,13	461,77	489,39	517,01	544,69	572,35	600,00	627,66	655,39
41	IV. ДСРОбязат																						
43	ОНО	1420	0,73	0,56	0,42	0,30	0,20	0,11	0,04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
45	ПрОб(ДС)	1450	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
46	ИТОГО IV	1400	1,73	1,56	1,42	1,30	1,20	1,11	1,04	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
47	V. КрСрОбязат																						
48	ЗаемСред(КС)	1510																					
49	КредЗадолж	1520	1,31	1,64	1,91	2,07	2,28	2,44	2,57	2,61	2,72	2,80	2,86	2,84	2,84	2,90	2,93	2,95	2,91	2,94	2,96	2,98	2,90
52	ПрОб(КС)	1550	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
53	в т.ч. ЗалжПущ	1551	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
54	ИТОГО V	1500	2,31	2,64	2,91	3,07	3,28	3,44	3,57	3,61	3,72	3,80	3,86	3,84	3,90	3,93	3,93	3,91	3,94	3,96	3,96	3,96	3,90
55	БАЛАНС	1700	100,00	132,33	160,63	188,77	216,78	244,74	272,60	300,38	328,12	355,91	383,63	411,32	438,97	466,67	494,32	521,97	549,60	577,29	604,98	632,62	660,29

Рис. 1. Лист электронной книги Л5Н5 (1 фрагмент матрицы [Финансовый Показатель – Период])

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	
56																				
57	Отчет о прибылях и убытках (ФОРМА 2)																			
58	Показатель Код																			
59	Выручка	2110	50,00	50,00	100,00	150,00	200,00	50,00	100,00	150,00	200,00	50,00	100,00	150,00	200,00	50,00	100,00	150,00	200,00	200,00
60	СебестПрод	2120	15,00	15,00	30,00	45,00	60,00	15,00	30,00	45,00	60,00	15,00	30,00	45,00	60,00	15,00	30,00	45,00	60,00	60,00
61	Вал Приб	2100	35,00	35,00	70,00	105,00	140,00	35,00	70,00	105,00	140,00	35,00	70,00	105,00	140,00	35,00	70,00	105,00	140,00	140,00
64	Приб Прод	2200	35,00	35,00	70,00	105,00	140,00	35,00	70,00	105,00	140,00	35,00	70,00	105,00	140,00	35,00	70,00	105,00	140,00	140,00
69	ПрРасх	2350	0,54	1,08	1,57	1,98	0,43	0,84	1,24	1,54	0,32	0,62	0,91	1,10	0,21	0,40	0,58	0,86	0,86	0,86
70	ПрибДоНал	2300	34,46	68,94	103,43	138,02	34,57	69,16	103,76	138,46	34,68	69,38	104,09	138,90	34,79	69,60	104,42	139,34	139,34	139,34
71	ТекНалПриб	2410	6,17	12,51	18,99	25,61	6,72	13,52	20,40	27,71	7,02	14,07	21,16	28,30	7,16	14,34	21,55	28,78	28,78	28,78
73	ИзмОНО	2430	0,73	1,28	1,70	1,99	0,20	0,31	0,35	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
74	ИзмОНА	2450	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,09	0,20	0,34	0,52	0,20	0,42	0,68	0,92	0,92
75	Прочее	2460																		
76	ЧистПриб	2400	28,30	56,44	84,44	112,41	27,86	55,64	83,36	110,75	27,66	55,31	82,93	110,60	27,63	55,26	82,88	110,56	110,56	110,56
77																				
85	ОС_НО	1.1130	100,00	84,12	70,77	59,53	50,08	42,13	35,44	29,81	25,08	21,10	17,75	14,93	12,56	10,57	8,89	7,48	6,29	6,29
86	НИ	1.1521	0,00	0,54	0,52	0,51	0,41	0,43	0,41	0,40	0,30	0,32	0,30	0,29	0,19	0,21	0,19	0,18	0,08	0,08
87	ТНП	1.1522	0,00	1,50	1,67	1,82	1,95	2,05	2,14	2,21	2,29	2,34	2,38	2,42	2,47	2,49	2,52	2,54	2,57	2,57
88	ОНА	1.1523	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,07	0,11	0,15	0,18	0,20	0,22	0,24	0,25	0,25
89	ОНО	1.1524	0,00	0,73	0,56	0,42	0,30	0,20	0,11	0,04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
90																				
91																				
92																				
93																				
94																				
95																				
96																				
97																				
98																				
99																				
100																				
101				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	16
102																				

Рис. 2. Лист электронной книги Л5Н5 (2 фрагмент матрицы [Финансовый Показатель – Период])

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

$$[E39] = \$C59 - \$C60 - E86 - 0,2 * (\$C59 - \$C60 - E86) + D39 - 0,2 * (D15 - E15 - D85 + E85) / 3, \quad (4)$$

где последнее слагаемое отражает ОНО.

Для первого квартала выражение подобно, но с учетом того, что на начало первого квартала нераспределенной прибыли не было.

Величина налогов и сборов, отражаемая в строке 126, теперь учитывает имеющиеся ОНА и ОНО и имеет вид, распространяемый на весь диапазон:

$$[D49] = D86 + D87 + D88 - D89. \quad (5)$$

В остальных моментах лист Л5Н5 повторяет лист Л5Л5. Создание единого универсального алгоритма обработки с вводом параметров и их последующим учетом в выражениях формул привело бы к существенному и необоснованно неоправданному усложнению выражений формул. Поэтому копирование с минимально необходимым редактированием принято для дальнейшей работы как наиболее рациональный вариант реализации алгоритмов работы, показанных на рис. 1 в первой части работы [1].

Лист книги У5Л5 получен копированием из листа Л5Л5 с учетом возникновения отклонений из-за временных налоговых разниц, показанных на листе Л5Н5. В соответствии с вариантом ускоренной амортизации принят коэффициент ускорения, равный 3. На рис. 3 4 показаны фрагменты матрицы [Финансовый Показатель – Период] для листа книги У5Л5.

При этом наиболее существенные источники изменений – остаточная стоимость основных средств ОС, ОНА, ОНО и себестоимость реализованной продукции – выделены рамкой. Изменения в матрице [Экономический Показатель – Период] наследуют изменения численных значений в матрице [Финансовый Показатель – Период] и отдельно не показаны. Поскольку в целом структура и содержание листа книги Л5Н5, отражающего возникновение временных налоговых разниц, было последовательно и подробно уже описано, то далее будут показываться только отличия в функциональной последовательности причин возникновения и их последствий.

В связи с появлением ускоренной амортизации основных средств в финансовом учете изменяется величина остаточной стоимости основных средств и себестоимости реализованной продукции по сравнению с базовым вариантом, принятым в начальных допущениях. Так, остаточная стоимость определяется выражением:

$$[D15] = \$C15 * (1 - D2 * \$A3 / (4 * \$A7)) * (1 - \$A3 / \$A7) ^ (\$D1 - 1), \quad (6)$$

в котором учтен коэффициент ускорения.

При расчете себестоимости реализованной продукции за 1-й год деятельности используются выражения:

$$D[60] = 10 + (C15 - D15) \quad (7)$$

$$E[60] = 10 + (D15 - E15) + D60, \quad (8)$$

распространяемые на ячейки первого и последующих кварталов в последующих периодах деятельности.

Для расчета себестоимости с учетом зависимости от ускоренной амортизации принято ее увеличение на величину прироста суммы амортизации.

Остальные изменения связаны с указанными отклонениями величин амортизации и следующими из этого отклонениями себестоимости продукции и формируемыми временными налоговыми разницами.

Так, нераспределенная прибыль вычисляется по зависимости, «распространяемой» на весь временной диапазон.

$$[D39] = \$C59 - \$C60 - D86 - 0,2 * (\$C59 - \$C60 - D86) - 0,2 * (C15 - D15 - C85 + D85) / 3. \quad (9)$$

Лист книги У5Н5 в соответствии с принятой методикой получен копированием из листа У5Л5 с учетом возникновения отклонений из-за временных налоговых разниц, показанных на листе Л5Н5.

Лист книги С5Л5 в соответствии с принятой методикой получен копированием из листа У5Л5 с учетом возникновения отклонений из-за временных налоговых разниц, формируемых из-за ускоренного способа начисления амортизации основных средств по сумме чисел лет срока полезного использования основных средств. Для расчета величины остаточной стоимости основных средств с использованием способа суммы чисел лет в строке 15 используется выражение:

$$[D15] = \$C15 * (1 - (\$A7 - \$D1 / 2 + 1) * (\$D1 - 1) / \text{СУММ}(\$D1 : \$T1) - D2 * (\$A7 - \$D1 + 1) / (4 * \text{СУММ}(\$D1 : \$T1))), \quad (10)$$

где СУММ(\$D1:\$T1) соответствует сумме чисел лет срока полезного использования основных средств.

Для расчета себестоимости с учетом зависимости от ускоренной амортизации применяются выражения (7) и (8) приведения ее величины до начального допущения в 15 условных единиц за квартал при линейной амортизации. Остальные элементы листа С5Л5 повторяют предыдущие листы.

Аналогично, лист книги С5Н5 получен копированием из листа С5Л5 с заменой в части амортизации для налогового учета выражений на выражения, взятые, например, из У5Н5.

Таким образом, после формирования всех листов книги Л5Л5, Л5Н5, У5Л5, У5Н5, С5Л5 и С5Н5 подготовлены условия для формирования двух групп матриц.

Первую группу матриц образуют матрицы зависимости существенных для пользователя экономических показателей деятельности предприятия по 20 кварталам (5 годам) и всем сочетаниям вариантов амортизации основных средств в финансовом и налоговом учетах при равенстве сроков полезного использования по 5 лет.

A	B	C	D	E			G	H	I			K	L	M			O	P	Q	R	S
				1	2	3			4	5	6			7	8	9					
1		год																			
2	К _{уск}	кварт-л	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
3	3	кв-лы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16			
4	учет																				
5	У	налоги																			
6	СПИ	Л																			
7	5	СПИ																			
8	БАЛАНС	5																			
9		начало																			
10	АКТИВ																				
11	статья	код																			
12	I.ВНЕОБОР.АКТИВЫ																				
15	ОС	1130	100,00	70,00	55,00	40,00	34,00	28,00	22,00	16,00	13,60	11,20	8,80	6,40	5,44	4,48	3,52	2,56			
18	ОНА	1160	0,67	0,67	0,67	0,67	0,07	0,07	0,07	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			
19	ПрВнОбА	1170																			
20	Итого I	1100	100,00	70,67	55,67	40,67	34,07	28,07	22,07	16,07	13,60	11,20	8,80	6,40	5,44	4,48	3,52	2,56			
21	II.ОБОРОТ.АКТИВЫ																				
22	Запасы	1210	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00			
23	в т.ч. ГолПр	1211	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00			
25	ДебЗадолж	1230	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00			
27	Ден ср-ва	1250	36,67	70,59	104,55	138,54	171,57	204,54	237,52	270,52	303,13	335,72	368,31	400,91	433,35	465,79	498,23	530,66			
29	ИТОГО II	1200	38,67	72,59	106,55	140,54	173,57	206,54	239,52	272,52	305,13	337,72	370,31	402,91	435,35	467,79	500,23	532,66			
30	БАЛАНС	1600	100,00	124,33	143,26	162,22	181,21	207,63	234,61	288,59	318,73	348,92	379,11	409,31	440,79	472,27	503,75	535,22			
31																					
32	ПАССИВ																				
33	III. КАПИТАЛ																				
34	УстКапитал	1310	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00			
39	Нераспр Пр	1370	18,93	37,89	56,88	76,10	103,07	130,06	157,05	184,14	214,33	244,52	274,72	304,96	336,43	367,91	399,39	430,88			
40	ИТОГО III	1300	100,00	118,93	137,89	156,88	176,10	203,07	230,06	257,05	284,14	314,33	344,52	374,72	404,96	436,43	467,91	499,39	530,88		
41	IV. ДСрОбязат																				
42	ЗвемСред(ДС)	1410																			
43	ОНО	1420																			
45	ПрОб(ДС)	1450	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,17	0,17	0,17	0,17	0,27	0,27	0,27	0,27			
46	ИТОГО IV	1400	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,17	1,17	1,17	1,17	1,27	1,27	1,27	1,27			
47	V. КрСрОбязат																				
48	ЗвемСред(КС)	1510																			
49	КредЗадолж	1520	3,41	3,37	3,34	3,11	2,56	2,55	2,54	2,44	2,23	2,22	2,21	2,18	2,09	2,09	2,09	2,07			
52	ПрОб(КС)	1550	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00			
53	в т.ч. ЗадлжПлУч	1551	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00			
54	ИТОГО V	1500	4,41	4,37	4,34	4,11	3,56	3,55	3,54	3,44	3,23	3,22	3,21	3,18	3,09	3,09	3,09	3,07			
55	БАЛАНС	1700	100,00	124,33	143,26	162,22	181,21	207,63	234,61	288,59	318,73	348,92	379,11	409,31	440,79	472,27	503,75	535,22			

Рис. 3. Лист электронной книги УБЛ5 (1-й фрагмент матрицы [Финансовый Показатель – Период])

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
56	Отчет о прибылях и убытках (ФОРМА 2)																		
57	Показатель	Код																	
58	Выручка	2110	50,00	50,00	100,00	150,00	200,00	50,00	100,00	150,00	200,00	50,00	100,00	150,00	200,00	50,00	100,00	150,00	200,00
59	СебестПрод	2120	15,00	25,00	50,00	75,00	100,00	16,00	32,00	48,00	64,00	12,40	24,80	37,20	49,60	10,96	21,92	32,88	43,84
60	Вал Приб	2100		25,00	50,00	75,00	100,00	34,00	68,00	102,00	136,00	37,60	75,20	112,80	150,40	39,04	78,08	117,12	156,16
61	Приб Прод	2200		25,00	50,00	75,00	100,00	34,00	68,00	102,00	136,00	37,60	75,20	112,80	150,40	39,04	78,08	117,12	156,16
62	ПрРасх	2350		0,51	0,98	1,40	1,54	0,20	0,39	0,56	0,62	0,08	0,16	0,22	0,25	0,03	0,06	0,09	0,10
63	ПрибДнал	2300		24,49	49,02	73,60	98,46	33,80	67,61	101,44	135,38	37,52	75,04	112,58	150,15	39,01	78,02	117,03	156,06
64	ТекНалПриб	2410		5,56	11,14	16,72	22,36	6,83	13,66	20,49	27,34	7,33	14,66	22,00	29,34	7,53	15,06	22,60	30,13
65	ИзмОНО	2430		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,17	0,35	0,52	0,69	0,27	0,54	0,81	1,08
66	ИзмОНА	2450		0,67	1,33	2,00	2,67	0,07	0,13	0,20	0,27	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
67	Прочее	2460																	
68	ЧистПриб	2400		18,93	37,89	56,88	76,10	26,97	53,95	80,95	108,04	30,19	60,38	90,58	120,82	31,48	62,95	94,43	125,93
84																			
85	ОС НО	1.1130	100,00	95,00	90,00	85,00	80,00	75,00	70,00	65,00	60,00	55,00	50,00	45,00	40,00	35,00	30,00	25,00	20,00
86	НИ	1.1521	0,00	0,51	0,47	0,43	0,14	0,20	0,19	0,17	0,05	0,08	0,07	0,07	0,02	0,03	0,03	0,03	0,01
87	ТНП	1.1522	0,00	2,23	2,24	2,25	2,31	2,29	2,30	2,30	2,32	2,32	2,32	2,32	2,33	2,33	2,33	2,33	2,33
88	ОНА	1.1523	0,00	0,67	0,67	0,67	0,67	0,07	0,07	0,07	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
89	ОНО	1.1524	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,17	0,17	0,17	0,17	0,27	0,27	0,27	0,27
90																			
91																			
92																			
93																			
94																			
95																			
96																			
97																			
98																			
99																			
100																			
101				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
102																			

Рис. 4. Лист электронной книги У5Л5 (2-й фрагмент матрицы [Финансовый Показатель – Период])

Во вторую группу матриц входят рейтинги экономического состояния предприятий по тем же 5 годам деятельности и вариантам значений амортизации основных средств при равенстве сроков полезного использования по 5 лет в трехмерной матрице [Период – [Рейтинг Экономического Состояния – Вариант Значения Параметра]], являющаяся основой для формирования матрицы итоговой рейтинговой оценки предприятий. Следует заметить, что расчет существенных экономических показателей является составной частью расчета рейтинга экономического состояния предприятия, но первичный учет этих показателей может оказаться решающим для пользователя.

В соответствии с общей схемой алгоритма расчета, показанной на рис. 1 в первой части статьи [1], лист книги 55, описывающий формирование существенных экономических показателей и итоговой рейтинговой оценки инвестиционного климата предприятия, построен следующим образом по отдельным фрагментам.

На рис. 5 и 6 показаны 1-й и 2-й фрагменты матрицы [Период – [Рейтинг Экономического Состояния – Вариант Значения Параметра]], реализующие формирование существенных экономиче-

ских показателей, рейтинговой оценки экономического состояния предприятия и итоговой рейтинговой оценки инвестиционного климата предприятия за период 1-го квартала по всем комбинациям вариантов амортизации основных средств.

Ячейки листа 55 содержат систематизированные ссылки на ячейки со значениями образующих и базовых элементов экономических показателей из листов от Л5Л5 до С5Н5, например, по рис. 5:

$$[B3] = Л5Л5!D103, [C3] = Л5Н5!D103, [B4] = Л5Л5!D104. \tag{11}$$

Столбец Р, соответствующий максимальному значению базовых элементов по строке (рис. 6), определяется по однотипным выражениям. Например, для первого экономического показателя:

$$[P3] = МАКС(I3:N3), \tag{12}$$

где МАКС(I3:N3) определяет наибольшее значение из диапазона указанных ячеек.

Столбцы от R до W содержат приведенные к максимальной базе значения определяющих элементов экономических показателей, например:

$$[R3] = B3/SP3. \tag{13}$$

Столбец Y отражает максимальные значения из приведенной к максимальной базе.

Матрица [AA3...AF32] отражает слагаемые

B3		fx =Л5Л5!D103														
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	
1	образующие							базовые								
2	квартал	Л5Л5	Л5Н5	У5Л5	У5Н5	С5Л5	С5Н5	Л5Л5	Л5Н5	У5Л5	У5Н5	С5Л5	С5Н5			
3	1	34,46	34,46	24,49	24,49	31,14	31,14	132,33	132,33	124,33	123,67	129,67	129,44			
4		27,57	28,30	18,93	19,65	24,69	25,41	132,33	132,33	124,33	123,67	129,67	129,44			
5		27,57	28,30	18,93	19,65	24,69	25,41	128,57	129,30	119,93	120,65	125,69	126,41			
6		34,46	34,46	24,49	24,49	31,14	31,14	96,00	96,00	86,67	86,00	92,89	92,67			
7		34,46	34,46	24,49	24,49	31,14	31,14	114,79	115,51	110,46	110,85	113,34	113,96			
8		27,57	28,30	18,93	19,65	24,69	25,41	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00			
9		35,00	35,00	25,00	25,00	31,67	31,67	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00			
10		33,93	33,93	23,98	23,98	30,61	30,61	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00			
11		34,46	34,46	24,49	24,49	31,14	31,14	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00			
12		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	116,17	116,17	112,17	111,83	114,83	114,72			
13		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	95,00	95,00	85,67	85,00	91,89	91,67			
14		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	37,33	37,33	38,67	38,67	37,78	37,78			
15		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	18,17	18,17	18,83	18,83	18,39	18,39			
16		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50			
17		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50			
18		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00			
19		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	128,57	129,30	119,93	120,65	125,69	126,41			
20		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	3,76	2,31	4,41	2,96	3,98	2,53			
21		37,33	37,33	38,67	38,67	37,78	37,78	2,76	1,31	3,41	1,96	2,98	1,53			
22		36,33	36,33	37,67	37,67	36,78	36,78	2,76	1,31	3,41	1,96	2,98	1,53			
23		35,33	35,33	36,67	36,67	35,78	35,78	2,76	1,31	3,41	1,96	2,98	1,53			
24		128,57	129,30	119,93	120,65	125,69	126,41	132,33	132,33	124,33	123,67	129,67	129,44			
25		128,57	129,30	119,93	120,65	125,69	126,41	4,76	3,31	5,41	3,96	4,98	3,53			
26		128,57	129,30	119,93	120,65	125,69	126,41	132,33	132,33	124,33	123,67	129,67	129,44			
27		33,57	34,30	34,26	35,65	33,80	34,75	128,57	129,30	119,93	120,65	125,69	126,41			
28		33,57	34,30	34,26	35,65	33,80	34,75	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00			
29		37,33	37,33	38,67	38,67	37,78	37,78	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00			
30		4,76	3,31	5,41	3,96	4,98	3,53	132,33	132,33	124,33	123,67	129,67	129,44			
31		1,00	1,73	1,00	1,06	1,00	1,50	95,00	95,00	85,67	85,00	91,89	91,67			
32		1,00	1,73	1,00	1,06	1,00	1,50	128,57	129,30	119,93	120,65	125,69	126,41			
33	рейтинг ИКП	22,555	20,246	19,858	20,401	21,979	20,806									
34																
41		образующие							базовые							

Рис. 5. Лист электронной книги 55 (1-й фрагмент матрицы [Период – [Рейтинг Экономического Состояния – Вариант Значения Параметра]])

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF
1	макс базы		приведенные к базе							макс знач	слагаемые, приведенные к макс знач						
2			Л5Л5	Л5Н5	У5Л5	У5Н5	С5Л5	С5Н5				Л5Л5	Л5Н5	У5Л5	У5Н5	С5Л5	С5Н5
3	132,33		0,260	0,260	0,185	0,185	0,235	0,235	0,260			0	0	0,084	0,084	0,009	0,009
4	132,33		0,208	0,214	0,143	0,148	0,187	0,192	0,214			7E-04	0	0,11	0,093	0,016	0,01
5	129,30		0,213	0,219	0,146	0,152	0,191	0,197	0,219			7E-04	0	0,11	0,093	0,016	0,01
6	96,00		0,359	0,359	0,255	0,255	0,324	0,324	0,359			0	0	0,084	0,084	0,009	0,009
7	115,51		0,298	0,298	0,212	0,212	0,270	0,270	0,298			0	0	0,084	0,084	0,009	0,009
8	50,00		0,551	0,566	0,379	0,393	0,494	0,508	0,566			7E-04	0	0,11	0,093	0,016	0,01
9	50,00		0,700	0,700	0,500	0,500	0,633	0,633	0,700			0	0	0,082	0,082	0,009	0,009
10	50,00		0,679	0,679	0,480	0,480	0,612	0,612	0,679			0	0	0,086	0,086	0,01	0,01
11	50,00		0,689	0,689	0,490	0,490	0,623	0,623	0,689			0	0	0,084	0,084	0,009	0,009
12	116,17		0,430	0,430	0,430	0,430	0,430	0,430	0,430			0	0	0	0	0	0
13	95,00		0,526	0,526	0,526	0,526	0,526	0,526	0,526			0	0	0	0	0	0
14	38,67		1,293	1,293	1,293	1,293	1,293	1,293	1,293			0	0	0	0	0	0
15	18,83		2,655	2,655	2,655	2,655	2,655	2,655	2,655			0	0	0	0	0	0
16	0,50		100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000			0	0	0	0	0	0
17	0,50		100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000			0	0	0	0	0	0
18	1,00		50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000			0	0	0	0	0	0
19	129,30		0,387	0,387	0,387	0,387	0,387	0,387	0,387			0	0	0	0	0	0
20	4,41		11,346	11,346	11,346	11,346	11,346	11,346	11,346			0	0	0	0	0	0
21	3,41		10,958	10,958	11,349	11,349	11,088	11,088	11,349			0,001	0,001	0	0	5E-04	5E-04
22	3,41		10,664	10,664	11,056	11,056	10,795	10,795	11,056			0,001	0,001	0	0	6E-04	6E-04
23	3,41		10,371	10,371	10,762	10,762	10,501	10,501	10,762			0,001	0,001	0	0	6E-04	6E-04
24	132,33		0,972	0,977	0,906	0,912	0,950	0,955	0,977			3E-05	0	0,005	0,004	8E-04	5E-04
25	5,41		23,779	23,913	22,180	22,314	23,246	23,380	23,913			3E-05	0	0,005	0,004	8E-04	5E-04
26	132,33		0,972	0,977	0,906	0,912	0,950	0,955	0,977			3E-05	0	0,005	0,004	8E-04	5E-04
27	129,30		0,260	0,265	0,265	0,276	0,261	0,269	0,276			0,887	0,925	0,923	1	0,899	0,95
28	1,00		33,571	34,296	34,260	35,651	33,801	34,748	35,651			0,887	0,925	0,923	1	0,899	0,95
29	1,00		37,333	37,333	38,667	38,667	37,778	37,778	38,667			0,932	0,932	1	1	0,955	0,955
30	132,33		0,036	0,025	0,041	0,030	0,038	0,027	0,041			0,776	0,375	1	0,536	0,847	0,425
31	95,00		0,011	0,018	0,011	0,011	0,011	0,016	0,018			0,336	1	0,336	0,376	0,336	0,759
32	129,30		0,008	0,013	0,008	0,008	0,008	0,012	0,013			0,336	1	0,336	0,376	0,336	0,759
33										рейтинг ЭСП		2,039	2,272	2,316	2,255	2,093	2,211
34																	
41	макс базы		приведенные к базе							макс знач	слагаемые, приведенные к макс знач						

Рис. 6. Лист электронной книги 55 (2-й фрагмент матрицы [Период – Рейтинг Экономического Состояния – Вариант Значения Параметра])

подкоренного выражения рейтинга экономического состояния, приведенные к максимальному значению приведенных к базе показателей (см. [1]). Например, для увеличивающих инвестиционную привлекательность предприятий показателей в строках от 3 до 26, выражения будут иметь вид:

$$[AC3] = (1 - T3/Y3)^2. \quad (14)$$

Для показателей, уменьшающих инвестиционную привлекательность предприятий показателей в строках от 27 до 32, выражения будут иметь вид, например:

$$[AC27] = (T27/Y27)^2. \quad (15)$$

Ячейки от AA33 до AF33 отражают рейтинговые оценки экономического состояния предприятия, формируемые на основе предыдущих результатов, в соответствии с однотипными выражениями, например:

$$[AC33] = \text{КОРЕНЬ}(\text{СУММ}(AC3:AC32)), \quad (16)$$

в котором вычисляется корень квадратный из суммы слагаемых по столбцу всех приведенных экономических показателей.

Рейтинговая оценка инвестиционного климата предприятия (ИКП) для 1-го квартала определяется в ячейках B33...G33 по однотипным выражениям, например:

$$[D33] = 46/AC33, \quad (17)$$

где 46 – общее количество анализируемых показателей приемлемости предприятия.

В результате описанных процедур формируется набор значений рейтинговых оценок инвестиционного климата предприятия для периода 1-й квартал деятельности при условии равенства сроков полезного использования основных средств в финансовом и налоговом учете для всех допустимых сочетаний вариантов начисления амортизации.

Следующие периоды расчетов отражены в строках, полученных копированием с соответствующим редактированием по номеру квартала, со сдвигом по номерам на шаг в 40 строк. Так, второй квартал отражается в строках с 41 по 73, третий квартал отражается в строках с 81 по 113 и так далее.

Сводная матрица рейтинговых оценок инвестиционного климата, объединяющая данные по строкам 33, 73, ..., 793 представлена в матрице [B801...G820] (рис. 7).

На основе данной матрицы построены графики изменения рейтинговых оценок инвестиционного климата предприятия с поквартальной периодичностью для всех сочетаний вариантов амортизации основных средств в финансовом и налоговом учете [Рейтинг Экономического Состояния – Вариант Значения Параметра]).

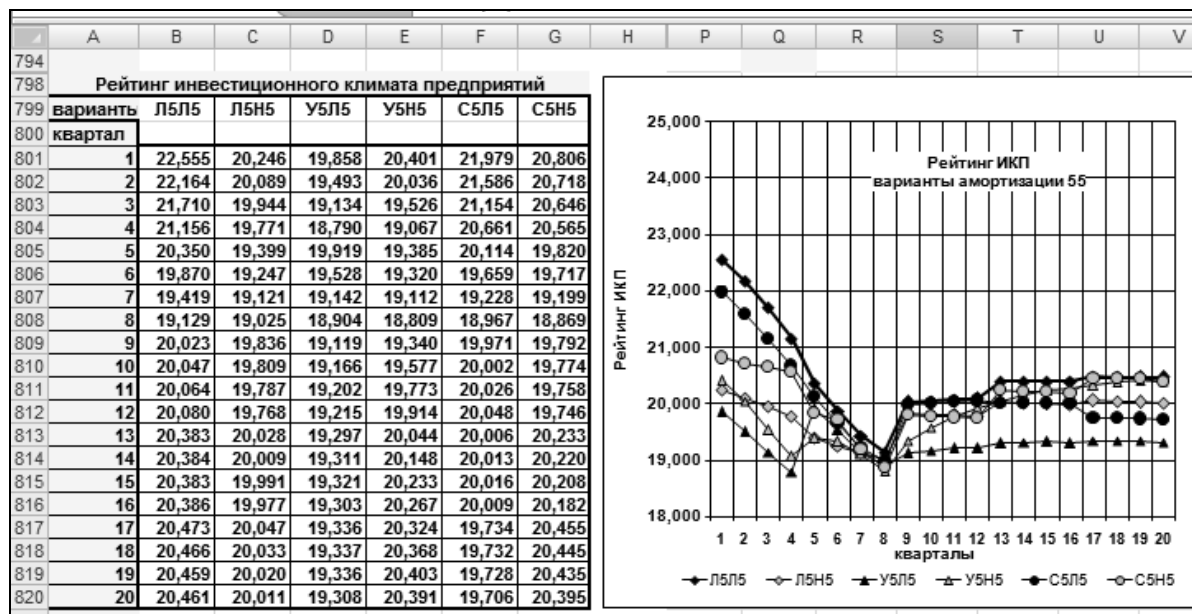


Рис. 7. Лист электронной книги 55 (3-й фрагмент матрицы [Период – Рейтинг Экономического Состояния – Вариант Значения Параметра])

Интегральные оценки, предложенные нами и в полной мере обоснованные по составу элементов и порядку формирования в предыдущих разделах, учитывают в комплексе влияние значений параметров вариативных элементов институциональной среды предприятий на инвестиционную привлекательность предприятий. Поэтому применение предлагаемых нами рейтинговых оценок более предпочтительно по сравнению с другими более частными показателями финансово-хозяйственной деятельности предприятий.

Анализ полученных зависимостей $R_{ИКП}$ (см. рис. 7) показывает, что применение линейного способа начисления амортизации в учете при одновременном применении линейного метода в налогообложении при равных сроках полезного использования формирует более высокий рейтинг инвестиционного климата предприятия и предпочтительнее других вариантов.

Таким образом, последовательное выполнение всех описанных процедур построения листа электронной книги по отражению формирования образующих и базовых элементов расчета эконо-

мических показателей по одному значению варьируемого параметра с последующим формированием сводного листа электронной книги по всему комплексу вариаций параметра институциональной среды деятельности предприятия, обеспечивающему формирование интегральной рейтинговой оценки, позволяет создать основу для построения универсального инновационного экономико-математического инструмента прогнозирования финансового состояния предприятия от любых других вариативных параметров финансово-хозяйственной деятельности и рекомендовано к широкому практическому применению.

Литература

1. Кувшинов, М.С. Инновационные инструменты прогнозирования оценки финансового состояния предприятия / М.С. Кувшинов // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2012. – Вып. 23. – № 30(289). – С. 56–66.
2. Кувшинов, М.С. Основы теории формирования инвестиционного климата предприятий: монография / М.С. Кувшинов. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2009. – 256 с.

Поступила в редакцию 13 октября 2012 г.

Кувшинов Михаил Сергеевич. Доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и финансов, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – управление инвестициями и инновационной деятельностью. Контактный телефон: 8-963-474-37-23, e-mail: msk1954@mail.ru.

Michael Sergeevich Kuvshinov. Doctor of Science (Economics), professor of the Department of Economy and Finance of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: management of investments and innovative activity. Contact phone number: 8-963-474-37-23, e-mail: msk1954@mail.ru.

ОЦЕНКА И АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА И ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В РАЗРЕЗЕ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГОВ

К.В. Подпятникова, И.П. Савельева

Статья посвящена оценке и анализу инвестиционного климата и инновационной активности регионов Российской Федерации. Введено понятие экономической привлекательности региона. Представлена методика расчета коэффициента экономической привлекательности региона.

Ключевые слова: инвестиционный климат, инновационная активность, экономическая привлекательность

В настоящее время приоритетным направлением государственной политики в Российской Федерации является инновационное развитие. Мировой экономический кризис 2008–2009 годов привел к сокращению расходов частного бизнеса на инновации и замедлил развитие российской инновационной системы. Низкая эффективность инновационной системы в России привела к увеличению оттока из страны конкурентоспособных кадров, технологий, идей и капитала. Произошло усиление конкурентной борьбы в мировом масштабе в первую очередь за инвестиции, привлекающие в проекты новые знания, технологии и компетенции, т. е. за фактор, определяющий конкурентоспособность инновационных систем. Именно поэтому мы предлагаем рассматривать инновационную активность и инвестиционный климат как единое целое.

Исследование инвестиционного климата федеральных округов Российской Федерации призвано помочь в процессе принятия инвестиционных решений и устранении барьеров, препятствующих будущему экономическому росту.

Оценка инвестиционного климата проводилась по методике независимого рейтингового агентства «Эксперт-РА». Инвестиционный климат региона (рис. 1) представляет собой сочетание инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности [1].

Согласно данной методике инвестиционный климат региона оценивается через его инвести-

онную привлекательность. В качестве основных составляющих инвестиционной привлекательности принято выделять «инвестиционный потенциал», – количественную характеристику инвестиционной привлекательности, и «инвестиционный риск» – ее качественную характеристику.

Инвестиционный потенциал позволяет оценить возможность региона реализовать некий инвестиционный проект без использования заемного капитала, характеризуется совокупностью объективных предпосылок для осуществления инвестирования, которые могут быть измерены и выражены в виде количественных показателей. Инвестиционный потенциал региона складывается из следующих основных частных потенциалов (каждый из которых, в свою очередь, характеризуется целой группой показателей): ресурсно-сырьевого (средневзвешенная обеспеченность балансовыми запасами основных видов природных ресурсов); трудового (трудовые ресурсы и их образовательный уровень); производственного (совокупный результат хозяйственной деятельности населения в регионе); институционального (степень развития ведущих институтов рыночной экономики); инфраструктурного (экономико-географическое положение региона и его инфраструктурная обеспеченность); финансового (объем налоговой базы и прибыльность предприятий региона); потребительского (совокупная покупательная способность населения региона).



Рис. 1. Составляющие инвестиционного климата региона

При оценке рейтинга инвестиционного климата каждого региона в общем случае учитываются также следующие типы рисков: экономический, финансовый, политический, социальный, экологический, криминальный, законодательный.

Важнейшей составляющей инвестиционного риска является законодательство. Специфика межрегионального подхода заключается в том, что на территории большинства регионов действует единый общегосударственный законодательный фонд, видоизменяющийся в отдельных субъектах государства под воздействием региональных законодательных норм, регулирующих инвестиционную деятельность в пределах своих полномочий. Нельзя не согласиться с мнением экспертов Первого Независимого Рейтингового Агентства [5], что законодательство не только влияет на степень инвестиционного риска, но и регулирует возможности инвестирования в те или иные сферы и отрасли, определяет порядок использования отдельных факторов производства, т. е. влияет также на инвестиционный потенциал региона.

Все регионы рассматриваются с позиции максимизации инвестиционного потенциала и минимизации инвестиционного риска.

Расчет интегральных индексов основан на сравнении степени развития региона с российским уровнем, который приравнивается к 1. Исходные данные для расчета инвестиционной привлекательности и инвестиционного риска взяты из статистических сборников «Регионы России» [2–4].

Проведенный анализ показал, что наибольшее значение индекса инвестиционного потенциала наблюдается в Центральном ФО, с небольшим отставанием следуют Уральский и Приволжский ФО. Наименьшее значение было отмечено в Дальневосточном ФО. Наименьшее значение индекса инвестиционного риска в Уральском и Сибирском ФО. Практически во всех регионах наблюдается незначительное снижение индекса инвестиционного потенциала и повышение инвестиционного риска в 2010 и 2011 годах в сравнении с базовым значением 2009 года.

По результатам анализа была произведена классификация ФО по группам инвестиционной привлекательности. В качестве группировочного признака были выбраны значения инвестиционного потенциала и инвестиционного риска. Предложено выделить пять групп – очень высокий уровень (значение свыше 0,8), высокий (от 0,6 до 0,8), средний (от 0,4 до 0,6), низкий (от 0,2 до 0,4), очень низкий (менее 0,2). Результаты приведены в таблицах ниже.

В 2009 году (табл. 1) нельзя не отметить положительный момент – ни один регион не попал в группу с низким и очень низким инвестиционный потенциалом и одновременно с высоким и очень высоким инвестиционным риском.

В 2010 году (табл. 2) в Дальневосточном ФО происходят положительные изменения – значение

инвестиционного риска теперь находится в средней группе, а в Южном ФО ситуация, напротив, ухудшилась.

В 2011 году (табл. 3) ситуация немного стабилизировалась – все ФО имеют средний инвестиционный риск.

Таким образом, по результатам анализа инвестиционного потенциала и инвестиционного риска за весь рассматриваемый период наиболее благоприятный инвестиционный климат оказался в Уральском федеральном округе.

Под инновационной активностью региона мы понимаем целенаправленную деятельность субъектов предпринимательской деятельности регионов относительно конструирования, создания, освоения и производства качественно новых видов техники, предметов труда, объектов интеллектуальной собственности (патентов, лицензий и пр.), технологий, а также внедрения более совершенных форм организации труда и управления производством.

Анализ инновационной активности региона проводился базируется на оценке комплекса удельных и интегральных показателей, отражающих эффективность инновационной деятельности как с точки зрения процесса, так и с точки зрения результата (рис. 2).

Чтобы определить удельный весовой коэффициент каждого фактора в общем значении инновационной активности, был использован метод экспертных оценок. В качестве респондентов выступили представители высшей научной школы, администрации, управленческие и производственные топ-менеджеры.

Расчет индексов основан на сравнении степени развития региона с российским уровнем, который приравнивается к 1.

По результатам анализа (табл. 4) можно сделать вывод, что инновационная активность по всей территории страны очень низкая.

На основе полученных данных о состоянии инвестиционного климата и инновационной активности проведен комплексный анализ. Результаты представлены на рис. 3, 4 и 5 (размер окружности на рисунке определяется уровнем инновационной активности в регионе).

В 2009 году условно можно выделить три группы регионов (см. рис. 3).

В первую группу попадает Центральный ФО, который обладает самым высоким уровнем инновационной активности, это связано с присутствием в регионе большого количества отраслевых НИИ, крупных научных центров, высокотехнологичных производств. На фоне этого Центральный ФО обладает очень высоким инвестиционным потенциалом, однако и высоким инвестиционным риском, что объясняется высокими экономическими и финансовыми рисками.

Ко второй группе относится Уральский ФО – обладает средней инновационной активностью,

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

Таблица 1
Инвестиционная привлекательность федеральных округов Российской Федерации в 2009 году

Инвестиционный риск	Инвестиционный потенциал				
	Очень высокий	Высокий	Средний	Низкий	Очень низкий
Очень низкий					
Низкий					
Средний	Уральский ФО	Северо-Западный ФО; Приволжский ФО	Южный ФО; Сибирский ФО		
Высокий	Центральный ФО		Дальневосточный ФО		
Очень высокий					

Таблица 2
Инвестиционная привлекательность федеральных округов Российской Федерации в 2010 году

Инвестиционный риск	Инвестиционный потенциал				
	Очень высокий	Высокий	Средний	Низкий	Очень низкий
Очень низкий					
Низкий					
Средний			Дальневосточный ФО		
Высокий	Уральский ФО	Центральный ФО; Северо-Западный ФО; Приволжский ФО	Сибирский ФО		
Очень высокий			Южный ФО		

Таблица 3
Инвестиционная привлекательность федеральных округов Российской Федерации в 2011 году

Инвестиционный риск	Инвестиционный потенциал				
	Очень высокий	Высокий	Средний	Низкий	Очень низкий
Очень низкий					
Низкий					
Средний	Уральский ФО	Центральный ФО; Северо-Западный ФО; Южный ФО; Приволжский ФО	Сибирский ФО; Дальневосточный ФО		
Высокий					
Очень высокий					

Таблица 4
Инновационная активность

Федеральный округ	2009 год	2010 год	2011 год
Центральный федеральный округ	0,23	0,23	0,26
Северо-Западный федеральный округ	0,06	0,08	0,05
Южный федеральный округ	0,04	0,04	0,04
Приволжский федеральный округ	0,09	0,08	0,07
Уральский федеральный округ	0,06	0,04	0,05
Сибирский федеральный округ	0,04	0,03	0,04
Дальневосточный федеральный округ	0,02	0,03	0,03

причина этого в таких факторах, как устаревшие производственные мощности еще советского периода, снижение количества отраслевых НИИ и снижение затрат на НИОКР в 2000-х годах. Уровень инвестиционного потенциала, являет очень высоким, это объясняется высоким уровнем экономических показателей в регионе, таких как: индекс уровня экономического развития, индекс эко-

номической активности, индекс покупательной способности населения, индекс состояния региональных финансов, при этом уровень инвестиционного риска средний.

В третью группу входят: Северо-Западный ФО, Южный ФО, Приволжский ФО, Сибирский ФО, Дальневосточный ФО. Регионы имеют средний уровень инновационной активности, кроме

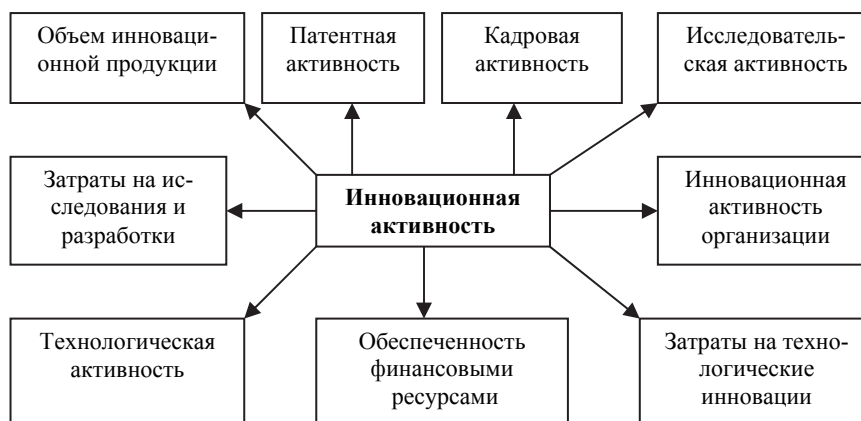


Рис. 2. Показатели инновационной активности

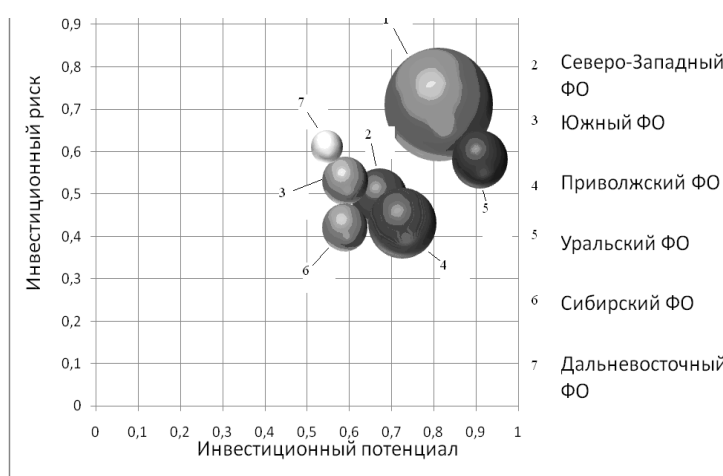


Рис. 3. Комплексная диаграмма состояния инвестиционного климата и инновационной активности в федеральных округах Российской Федерации в 2009 году

Приволжского ФО, чья инновационная активность значительно выше средней, однако недостаточно высокое значение инвестиционного потенциала не позволяет ему соперничать с Уральским ФО. В самом неблагоприятном положении по оцениваемым показателям находится Дальневосточный ФО. Он обладает самой низкой инновационной активностью, это объяснимо географическим положением региона, отдаленностью от центра, низким количеством высокотехнологичных производств и небольшим количеством исследовательских институтов.

По итогам 2010 года (см. рис. 4) не наблюдается значительных изменений уровня инновационной активности, значимое увеличение можно проследить лишь в Северо-Западном ФО за счет значительного увеличения фонда венчурного капитала.

Уровни инвестиционного потенциала практически не изменились, однако отслеживается значительное увеличение инвестиционных рисков до высокого уровня, что связано с экономическим кризисом 2008-2009 года.

Интересная картина наблюдается в Дальневосточном ФО, на фоне кризиса регион показывает

нетипичное снижение инвестиционного риска, прослеживается связь с увеличением темпов производства и снижением уровня экономического риска. В Центральный ФО можно отметить стабильные значения оцениваемых показателей, что подчеркивает высокий уровень финансово-экономического развития региона.

В 2011 году (см. рис. 5) также не наблюдается значительных изменений инвестиционной активности. Небольшое увеличение можно отметить в Центральном ФО, увеличились затраты на технологические инновации и увеличилось финансирование венчурных фондов. Уровни инвестиционного потенциала практически не изменились, заметное снижение в Уральском ФО, что связано со снижением следующих индексов: индекса уровня экономического развития, индекса экономической активности, индекса покупательной способности населения, индекса состояния региональных финансов. Во всех регионах наблюдается общее снижение инвестиционного риска до среднего уровня на фоне увеличения объемов производства и снижения уровней экономического риска.

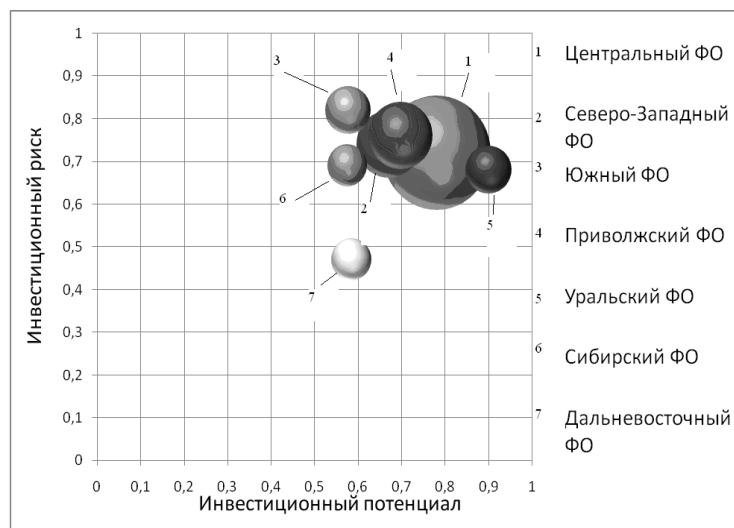


Рис. 4. Комплексная диаграмма состояния инвестиционного климата и инновационной активности в федеральных округах Российской Федерации в 2010 году

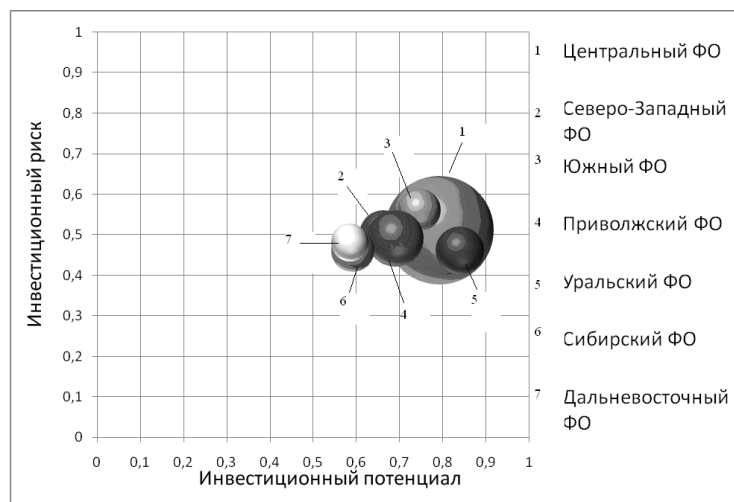


Рис. 5. Комплексная диаграмма состояния инвестиционного климата и инновационной активности в федеральных округах Российской Федерации в 2011 году

С целью получения общей картины, дающей количественную оценку инновационного климата и инновационной активности региона одновременно, мы предлагаем ввести понятие коэффициента экономической привлекательности региона, который представляет собой интегральный показатель характеризующий инвестиционный потенциал, инвестиционный риск и инновационную активность региона.

Значение коэффициента экономической привлекательности региона может быть определено как отношение площади треугольника, характеризующего инвестиционный потенциал, инвестиционный риск и инновационную активность региона, к площади максимально возможного треугольника.

Для построения треугольников откладываем из одной точки три луча – оси, на которых будут откладываться значения инвестиционного потен-

циала, инвестиционного риска и инновационной активности. Углы между осями равны 120 градусам. Площадь, полученного треугольника можно рассчитать путем сложения площади трех внутренних треугольников, площадь которых будет рассчитана с помощью следующей формулы:

$$S = \frac{1}{2} a \times b \times \sin \alpha. \quad (1)$$

Для примера рассчитаем коэффициент экономической привлекательности для Центрального ФО в 2009 году. Треугольник для расчета представлен на рис. 6.

$$S = \frac{1}{2} \sin 120 \times 0,23 \times 0,29 + \frac{1}{2} \sin 120 \times 0,23 \times 0,812 + \frac{1}{2} \sin 120 \times 0,812 \times 0,29 = 0,21;$$

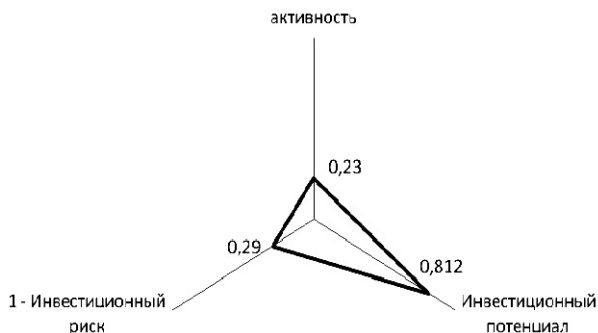


Рис. 6. Коэффициент экономической привлекательности в Центральном федеральном округе в 2009 году

$$S_{\max} = \frac{3}{2} \sin 120^\circ \times 1 \times 1; \quad \partial Pr = \frac{S}{S_{\max}}$$

Значения коэффициента экономической привлекательности региона для остальных федеральных округов по годам представлены в табл. 5.

Так как значения коэффициента экономической привлекательности могут принимать значения от 0 до 1, то мы предлагаем использовать уже описанную ранее пятиступенчатую шкалу оценки.

Можно сделать вывод, что экономическая привлекательность всех федеральных округов в 2009 и 2010 годах имеет очень низкий уровень, и только в 2011 году в Центральном ФО показатель оказывается в группе низкого уровня.

Таким образом, предложенная методика оценки экономической привлекательности дает количественную характеристику системы «инновационная активность – инвестиционный климат» региона.

Таблица 5

Коэффициент экономической привлекательности региона

Федеральный округ	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Центральный федеральный округ	0,16	0,15	0,24
Северо-Западный федеральный округ	0,14	0,08	0,13
Южный федеральный округ	0,18	0,045	0,12
Приволжский федеральный округ	0,18	0,08	0,15
Уральский федеральный округ	0,15	0,11	0,17
Сибирский федеральный округ	0,13	0,067	0,12
Дальневосточный федеральный округ	0,08	0,12	0,11

Литература

1. Бакитжанов, А.А. Инвестиционная привлекательность региона, методические подходы и оценка / А.А. Бакитжанов, С.И. Филин // Инвестиции в России. – 2001. – № 5.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. – М.: Изд-во Росстат, 2009.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. – М.: Изд-во Росстат, 2010.
4. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. – М.: Изд-во Росстат, 2011.
5. Первое Независимое Рейтинговое Агентство. – www.fira.ru.

Поступила в редакцию 16 ноября 2012 г.

Подпятникова Ксения Владимировна. Ассистент кафедры «Маркетинг и менеджмент», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – региональная экономика. Телефон: 8(351)2679995.

Kseniya Vladimirovna Podpyatnikova. Assistant of Marketing and Management Department at South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: regional economy. Contact phone number: 8(351)2679995.

Савельева Ирина Петровна. Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Маркетинг и менеджмент», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – проблемы инновационного и инвестиционного развития регионов, бизнес-проектирование, маркетинговый анализ. Телефон: 8(351)2679995.

Irina Petrovna Savelyeva. Doctor of Science (Economics), professor, head of the Marketing and Management Department at South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: problems of innovation and investment development of the regions, business planning, marketing analysis. Contact phone number: 8(351)2679995.

Бухгалтерский учет, анализ и аудит

УДК 657.411.6+657.412.6
ББК У052.2

ОБЕСПЕЧЕНИЕ НЕПРЕРЫВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ: БУХГАЛТЕРСКИЕ АСПЕКТЫ

Т.В. Левкутняя

Статья посвящена реализации главного принципа деятельности предприятий общественного питания, как и любого другого, – принципа непрерывности. Рассмотрены факторы, влияющие на непрерывность деятельности. Проведен анализ действующих законодательно-нормативных документов, касающихся принципа неопределенности. Для того, чтобы деятельность предприятий была непрерывна, предложено создавать комплекс резервов. Рассмотрены различные подходы к понятиям «резервирование», «резервная система», «резерв». Представлены этапы создания резервов на предприятии.

Ключевые слова: предприятия общественного питания, принцип непрерывности деятельности, резервы.

Одной из отраслей розничной торговли, удовлетворяющей основные потребности населения в пище и досуге, являются предприятия общественного питания. В связи с усложнением финансово-хозяйственной деятельности участников рынка возрастает риск как опасность возникновения непредусмотренных материальных и финансовых потерь, убытков от различного рода сделок. Деятельность предприятий общественного питания особенно подвержена воздействию рисков, среди них особое место занимают производственные риски, связанные с работой с продуктами питания, которые могут сыграть существенную роль в принятии управленческих решений и повлиять на непрерывность деятельности организации.

Принцип непрерывности деятельности предприятий, закрепленный в ст. 8 Федерального закона «О бухгалтерском учете» [1] и в п. 6 Положения по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008): «...организация будет продолжать свою деятельность в обозримом будущем и у нее отсутствуют намерения и необходимость ликвидации или существенного сокращения деятельности и, следовательно, обязательства будут погашаться в установленном порядке (допущение непрерывности деятельности)» [2]. Согласно этому принципу активы и обязательства учитываются на том основании, что субъект сможет реализовать их в ходе обычной деятельности. Свидетельством нарушения принципа непрерывности может служить отказ банков в предоставлении организации кредитов, банкротство крупных дебиторов, отказ поставщиков в предоставлении отсрочки платежа и прочие явления.

Таким образом, для того, чтобы деятельность предприятий была непрерывна, необходимо создавать комплекс резервов, направленный на поддержание нормальной деятельности компании. Дан-

ный комплекс разрабатывается в соответствии с условиями внешней среды, особенностями деятельности, будет служить своеобразной «подушкой безопасности» в случае наступления неблагоприятных событий, поэтому его создание на предприятиях сейчас особенно актуально.

Так, Г. Блау говорил, что создание резервов стало возможным вследствие явного или неявного принятия принципа действующего предприятия [3]. То есть резервы позволяют обеспечить бесперебойную работу предприятия даже в случаях непредвиденных обстоятельств.

В специальной литературе встречаются такие понятия, как «резервирование», «резервная система» и «резерв». Необходимо разграничивать эти понятия. В экономической литературе отсутствует единый подход к определению понятия «резервирование». Основные определения понятия приведены в табл. 1.

Из определений, представленных в табл. 1, видно, что все специалисты в области бухгалтерского учета по-разному понимают цель резервирования: одни считают его способом уточнения оценки отдельных статей бухгалтерского учета, забывая о возможности с помощью резервов покрыть предстоящие расходы; другие относятся только как к методу повышения надежности.

Мнения специалистов в области бухгалтерского учета по поводу понятия «резервная система» тоже не совпадают. Основные определения понятия приведены в табл. 2.

Использование понятия «система» в сочетании с понятием «резерв», по мнению автора, является экономически неверно, так как система предполагает информацию на входе в систему, системные процессы и показатели на выходе. К понятию «резерв» точнее использовать в целях обозначения объединения понятие «комплекс». Из предложен-

Таблица 1

Содержание понятия «резервирования активов»

№ п/п	Определение	Автор
1	Резервирование – это эффективный метод повышения надежности технического устройства посредством введения дополнительного числа элементов и связей по сравнению с минимально необходимым для выполнения заданных функций в данных условиях работ	Романова С.В. [4]
2	Резервирование как прием регулирования финансового результата деятельности хозяйственного субъекта. По его мнению, резервирование предполагает регистрацию расходов и доходов, вероятных для будущих периодов, в отчетном.	Соколов Я. В. [5]
3	Резервирование предполагает уточнение оценки отдельных статей бухгалтерского учета и покрытия предстоящих расходов и платежей	Бабаев Ю.А. [6]
4	Резервирование предполагает уточнение оценки ценностей, показанных в балансе	Рудановский А.П. [7]
5	Резервирование понимается как методологический прием, как процесс создания счетов резервов и как способ регулирования финансовых результатов	Попова Е.А. [8]

Таблица 2

Содержание понятия «резервная система»

№ п/п	Определение	Автор
1	Резервная система – это бухгалтерские счета резервов; управление активами и пассивами; хеджирование; страхование; выданные и полученные гарантии; прогнозирование убытков; регулирование финансовых результатов	Дмитриченко Е.Д. [9]
2	Модель финансового и управленческого учета резервной системы предприятия в условиях риска и неопределенности представляет собой учетный механизм определения степени защиты предприятия от неблагоприятного внешнего и внутреннего воздействия на основании использования бухгалтерских агрегатов резервной системы	Агеев И.М. [10]
3	Резервная система – это совокупность активов и обязательств, методов прогнозирования, анализа и управления экономическими бухгалтерскими резервами. Цель создания резервной системы – минимизация последствий рисков в финансово-хозяйственной деятельности	Хорохордина Н.В. [11]
4	Резервная система – это эффективный механизм повышения надежности функционирования хозяйствующего субъекта в рыночной экономике посредством создания уставных, оценочных и других резервов	Романова С.В. [4]
5	Резервная система предприятия – это комплексный защитный механизм фирмы, создаваемый как за счет прибыли, так и себестоимости, обеспечивающий защиту микроэкономического звена от определенных и неопределенных рисков и обеспечивающий финансовую устойчивость, финансовое равновесие и самофинансирование	Ваноли А. [12]

ных выше определений наиболее точное у А. Ваноли. Авторы уточняют понятие: резервный комплекс – это объединение резервов, создаваемых за счет себестоимости продукции, работ, услуг, увеличения прочих расходов организации либо нераспределенной прибыли, используемых при наступлении предполагаемых неблагоприятных событий, с целью обеспечения устойчивости предприятия и непрерывности деятельности.

На предварительном этапе исследования была проведена оценка резервов 25 предприятий общественного питания различной организационно-правовой формы собственности, расположенных на территории Челябинской области. Как свидетельствует результат, в настоящее время только единицы предприятий общественного питания стараются обезопасить свою деятельность от неблагоприятных факторов, создавая резервы. Это говорит о том, что руководители не хотят отвлекать финансовые активы и идут на риск, не задумываясь о его масштабах. Поэтому очень часто предприятия общественного питания, немного

просуществовав на рынке, закрываются либо меняют свою политику.

На основании анализа исследования можно делать вывод, что резервы российских предприятий общественного питания находятся на начальном этапе своего развития. Этому способствует отсутствие четкой нормативной базы по бухгалтерскому учету формирования и использования резервов. Действующие нормативные документы, касающиеся резервов, нуждаются в совершенствовании. Отсутствуют единые формы для расчета резервов и их инвентаризации. Руководители и главные бухгалтера предприятий общественного питания называют еще и такие причины нежелания создавать резервы: стремление сблизить бухгалтерский и налоговый учет, увеличение трудоемкости учетных процедур.

Процедура создания резерва на предприятиях общественного питания имеет несколько этапов [13]. На первом этапе подразделения предприятия, работающие с контрагентами, передают в бухгалтерию информацию о внешней среде. Производст-

венные отделы передают в бухгалтерию информацию о внутренней среде. На следующем этапе происходит оценка выявленных рисков с качественной и количественной стороны работниками бухгалтерии. Затем данные анализа передаются руководству предприятия.

Далее руководство предприятием на основе аналитических данных принимает решение о методе снижения риска. Методы оценки хозяйствующий субъект выбирает сам. После проведения оценки рисков переходят к выбору методов управления рисками: избежание риска; передача риска; снижение риска; принятие риска. Основными методами снижения риска являются страхование, хеджирование, диверсификация деятельности и вложений, формирование резервов и др. Существуют также неэкономические методы такие как предварительная проверка контрагентов, контроль за соблюдением технологии приготовления продуктов собственного производства, проверка сроков годности сырья и т. п.

Целью формирования резервов на предприятии является минимизация рисков, перевод из неприемлемой их формы в приемлемую, создание источника компенсации неблагоприятных последствий. Данный способ снижения риска целесообразен в том случае, если затраты на резервирование средств меньше, чем стоимостная оценка последствий рискованного действия.

Таким образом, специалисты, изучающие резервирование и резервную систему предприятий, предложили варианты резервов промышленных предприятий, сельскохозяйственных организаций, но применительно к предприятиям общественного питания никто не работал. Данная отрасль имеет свою специфику, которую необходимо учесть при разработке резервного комплекса. Поэтому авторы считают, что тема актуальна и требует дальнейшей разработки.

В настоящее время законодательством регламентировано создание следующих резервов: уставных (резервный капитал), оценочных (резервы под снижение стоимости материальных ценностей, резервы под обесценение вложений в ценные бумаги, резервы по сомнительным долгам) и резервы предстоящих расходов. Данные резервы не всегда создаются предприятиями общественного питания и нет, к сожалению, резервов, учитывающих особенности деятельности данной отрасли.

Для того чтобы создать эффективные резервы для предприятий общественного питания, необходимо проанализировать основные экономические показатели с целью выявления основных направлений создания резервов. На основе проведенного анализа статистических данных по предприятиям общественного питания Челябинской области можно сделать вывод о том, что самыми существенными затратами являются производственные. К производственным затратам относятся не только себестоимость произведенной продукции, но и

расходы по списанию непроданной испорченной продукции. Поэтому было бы целесообразно создать резерв под порчу продукции для того, чтобы расходы были более равномерными и быть готовыми в случае списания большого объема испорченной продукции.

На рисунке предложена классификация резервов для предприятий общественного питания в зависимости от вида деятельности: текущей, финансовой и инвестиционной.

Текущая деятельность предприятий общественного питания включает в себя такие операции, как реализация продукции, полуфабрикатов, товаров, услуг, приобретение товаров (работ, услуг), необходимых в производственной деятельности организации и т. д.

В текущей деятельности предприятий общественного питания можно выделить следующие резервы:

1) резервы, создаваемые в соответствии с законодательством и учредительными документами (к этой категории относится резервный капитал);

2) оценочные резервы:

– резерв под снижение стоимости материальных ценностей;

– резерв по сомнительным долгам;

3) резервы предстоящих расходов:

– резерв на выплату ежегодных отпусков;

– резерв на выплату вознаграждений за выслугу лет;

– резерв на ремонт основных средств;

– резерв предстоящих расходов, связанных с производственной деятельностью предприятий общественного питания;

4) резерв под естественную убыль;

5) резерв под порчу непроданной продукции;

6) резервы, связанные с условными фактами хозяйственной деятельности:

– резерв под незавершенные судебные разбирательства;

– резерв под незавершенные разногласия с Ростехнадзором;

– резерв под незавершенные разногласия с налоговыми органами.

Под финансовой деятельностью организации понимается привлечение и возврат заемных источников финансирования (кредиты, займы), выплата дивидендов, штрафов, пеней, прочие вне-реализационные операции.

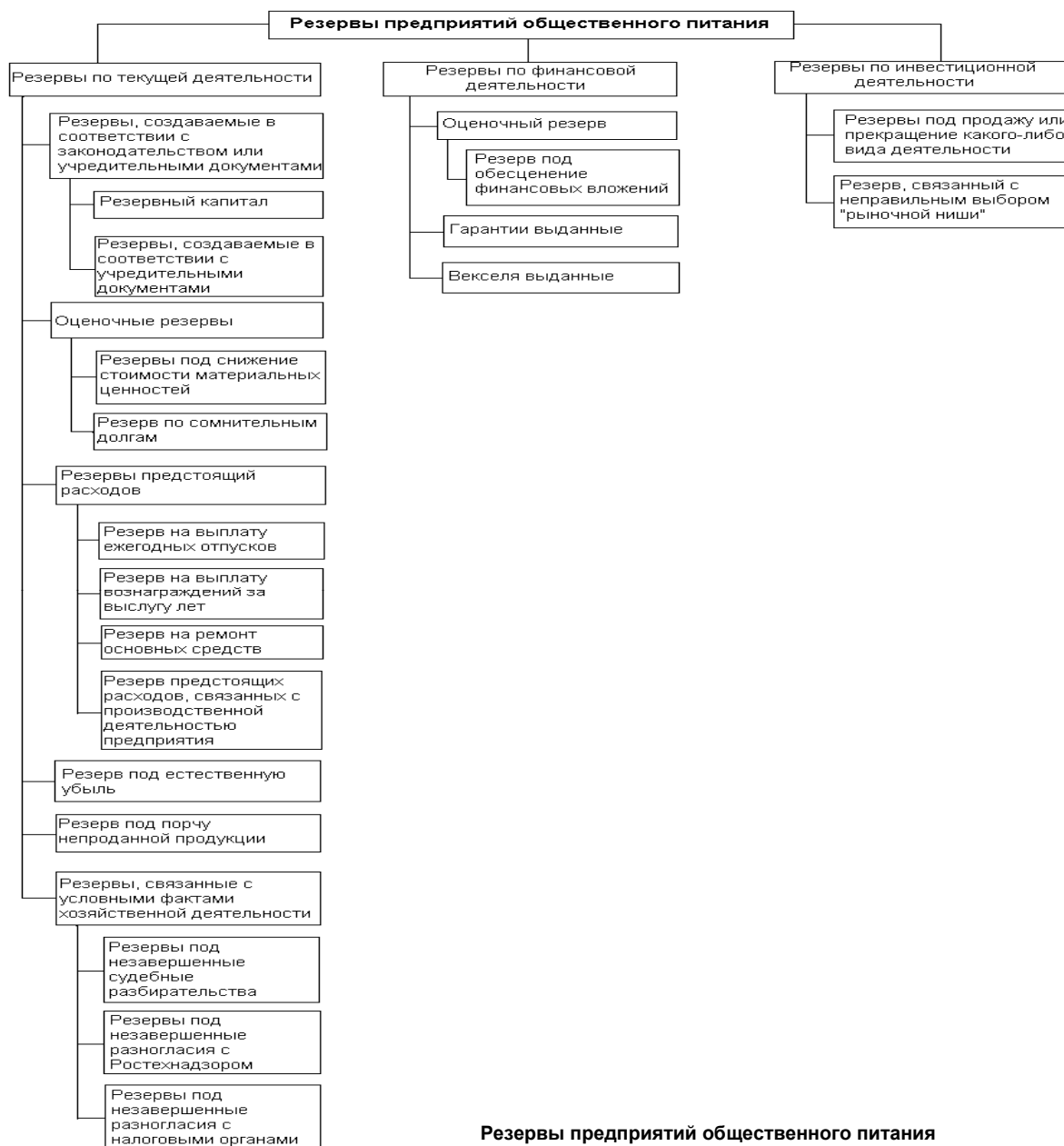
В финансовой деятельности предприятий общественного питания можно выделить такие резервы, как:

– оценочный резерв под обесценение финансовых вложений;

– гарантии выданные;

– векселя выданные.

Инвестиционная деятельность компании – это совокупность процессов принятия инвестиционных решений и осуществления практических действий по их реализации для достижения устойчи-



вого положения компании на рынке и сохранения или создания конкурентных преимуществ.

В инвестиционной деятельности предприятий общественного питания можно выделить следующие резервы:

- резерв под продажу или прекращение какого-либо вида деятельности;
- резерв, связанный с неправильным выбором «рыночной ниши».

Таким образом, в классификации, представленной на рисунке, присутствуют как общеизвестные резервы, так и предложенные автором, которые учитывают специфику деятельности предприятий общественного питания, позволяют обеспечить в комплексе с общеизвестными резервами непрерывность деятельности предприятий.

Разработанный автором комплекс резервов, представленный в табл. 3, предполагает добавле-

ние в существующий список резервов следующих:

- счет 92 «Гарантии выданные»;
- счет 93 «Резервы на естественную убыль»;
- счет 95 «Резервы под порчу продукции»;
- счет 96-4 «Резервы предстоящих расходов, связанные с производственной деятельностью предприятий общественного питания»;
- счет 97 «Резервы под условные факты хозяйственной деятельности».

Объективно оцененные риски и вероятность наступления неблагоприятных событий позволяют рационально направить имеющиеся свободные активы в резервы на определенные цели. Это способствует повышению финансовой устойчивости предприятия. Рискованность деятельности предприятий общественного питания обуславливает необходимость создания резервов для покрытия

Элементы резервного комплекса предприятий общественного питания

Резервы предприятий общественного питания	
Общеизвестные резервы	Резервы, присущие предприятиям общественного питания
Счет 82 «Резервный капитал»; счет 14 «Резервы под снижение стоимости материальных ценностей»; счет 63 «Резервы по сомнительным долгам»; счет 96 «Резервы предстоящих расходов»	Счет 92 «Гарантии выданные»; счет 93 «Резервы на естественную убыль»; счет 95 «Резервы под порчу продукции»; счет 96-4 «Резервы предстоящих расходов, связанные с производственной деятельностью предприятий общественного питания»; счет 97 «Резервы под условные факты хозяйственной деятельности»

возможных потерь с целью поддержания непрерывной деятельности.

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

1. Были рассмотрены особенности деятельности и учета на предприятиях общественного питания, связанные с используемыми в работе продуктами питания. Рискованность деятельности предприятий общественного питания обуславливает необходимость создания резервов для покрытия возможных потерь от специфических данной отрасли рисков с целью поддержания непрерывной деятельности.

2. Действующая система резервов российских предприятий не развита из-за непроработанности законодательно-правовой базы, отсутствия порядка формирования и использования резервов, а исследования научных исследователей и зарубежная практика не всегда позволяют определить резерв для рисков в различных областях деятельности предприятий.

3. Объективно оцененные риски и вероятность наступления неблагоприятных событий позволяют рационально направить имеющиеся свободные активы в резервы на определенные цели. Предложенный комплекс резервов для предприятий общественного питания, учитывающий специфику деятельности и присущие данной отрасли риски, позволит реализовывать принцип непрерывности, так как многие общеизвестные резервы, связанные с инвестиционной и финансовой деятельностью, неактуальны для предприятий общественного питания.

Литература

1. Федеральный закон РФ от 6 декабря 2011 года № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете».
2. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008), утвержденное приказом МинФина РФ от 6 октября 2008 года № 106н.

3. Соколов, Я.В. Принцип постоянно действующего предприятия / Я.В. Соколов, С.М. Бычкова // *Бухгалтерский учет*. – 2001. – № 4. – С. 56–59.

4. Романова, С.В. Организация учета и анализа резервной системы предприятия: дис. ... канд. экон. наук / С.В. Романова. – Шахты, 2000. – 185 с.

5. Соколов, Я.В. Основы теории бухгалтерского учета / Я.В. Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 496 с.

6. *Бухгалтерский учет* / под ред. Ю.А. Бабаева. – М.: Велби, Проспект, 2005. – 392 с.

7. Рудановский, А.П. Принципы общественного счетоведения / А.П. Рудановский. – М.: Печатня С.П. Яковлева, 1913. – 382 с.

8. Попова, Е.А. Бухгалтерский учет формирования и использования резервов в сельскохозяйственных организациях: на материалах Калужской области: дис. ... канд. экон. наук / Е.А. Попова. – М., 2007. – 229 с.

9. Дмитриченко, Е.Д. – http://science-bsea.narod.ru/2007/ekonot_2007_2/dmitrenko_integr.htm (дата обращения: 15.12.2012).

10. Агеев, И.М. Финансовый и управленческий учет резервной системы предприятия в условиях риска и неопределенности: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / И.М. Агеев. – Ростов н/Д, 2002. – 191 с.

11. Хорохордина, Н.В. Развитие учетного и аналитического обеспечения резервной системы предприятий АПК: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Н.В. Хорохордина. – Воронеж, 2006. – 208 с.

12. Русиева, И.Б. Резервирование в системе бухгалтерского учета: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / И.Б. Русиева. – Йошкар-Ола, 2004. – 150 с.

13. Шевелев, А.Е. Бухгалтерский учет резервов на предприятиях общественного питания / А.Е. Шевелев, Т.В. Левкутняя // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент»*. – 2012. – Вып. 20. – № 9(268). – С. 95–98.

Поступила в редакцию 6 июля 2012 г.

Левкутняя Тая Виталиевна. Старший преподаватель кафедры «Бухгалтерский учет и финансы», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – резервная система на предприятиях общественного питания. Контактный телефон: (8-351) 2679391.

Taya Vitalievna Levkutnaya. Senior lecturer of the Department of Business Accounting and Finance of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: reserve system at public catering enterprises. Contact phone number: (8-351) 2679391.

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛЯЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБОРОННОГО ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

А.Ф. Черненко, О.А. Афонина

Рассмотрены особенности учета и исчисления затрат на предприятиях оборонного промышленного комплекса. Приведено обоснование необходимости совершенствования метода обратной калькуляции.

Ключевые слова: заказ, затраты, стоимость, продукция, калькуляция, метод.

В настоящее время Российская Федерация вкладывает все большие средства в обеспечение деятельности оборонно-промышленного комплекса (ОПК). Так, по предварительным оценкам, в 2011 году на национальную оборону в Российской Федерации израсходовано 1521,9 млрд руб., в Федеральном бюджете на 2012 год предусмотрено 1853,3 млрд руб., а в 2013 году эта цифра составит 2329,4 млрд руб. К 2014 году размер затрат на национальную оборону планируется увеличить до 2737,4 млрд руб. [1, 2]. Согласно Федеральному закону «О государственном оборонном заказе» [3], оборонный заказ формируется в пределах устанавливаемых федеральным бюджетом расходов на эти цели, а проект оборонного заказа разрабатывается при формировании федерального бюджета на соответствующий год, исходя из ресурсных возможностей экономики Российской Федерации.

Согласно Федеральному закону «О размещении заказов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» [4], к числу которых относится и государственный оборонный заказ, определение начальной (максимальной) цены контракта осуществляется Правительством Российской Федерации. Далее начальная цена контракта изменяется только в сторону уменьшения в ходе аукционных торгов. В случае, когда государственный контракт выполняет субъект естественной монополии или единственный исполнитель, а именно такие характеристики присущи работам предприятий ОПК, окончательную цену контракта также определяет Правительство Российской Федерации [4, 5, 6].

Оборонный заказ обязателен для принятия государственными унитарными предприятиями, а также иными организациями, занимающими доминирующее положение на товарном рынке или обладающими монополией на производство продукции (работ, услуг) по оборонному заказу.

При этом уровень рентабельности по такому оборонному заказу является фиксированным и определяется Правительством Российской Федерации, т. е. является заявленной величиной и может отличаться от рентабельности, которую самостоятельно устанавливает предприятие, выполняющее оборонный заказ, в ходе своей деятельности.

Предприятия, являющиеся единственно возможными исполнителями государственного оборонного заказа, не имеют права отказаться от его выполнения. Вследствие этого они должны проводить мероприятия по формированию себестоимости продукции и ее составляющих, исходя из заявленных государством величин, а также предпринимать шаги по доведению реального уровня рентабельности производства до величин, предписанных государством.

Особенностями такой работы является полная отчетность перед государственным заказчиком по затратам, понесенным в рамках выполнения оборонного заказа, невозможность нецелевого использования средств, выделенных на оборонный заказ, а также невозможность повышения уровня валовой прибыли.

Последняя особенность обусловлена тем, что при выполнении оборонного заказа прибыль рассчитывается как зависимость от затрат, понесенных в рамках выполнения контракта, а стоимость продукции исчисляется как сумма фактических затрат и прибыли, зависимой от их уровня. Таким образом, *при снижении уровня затрат стоимость продукции также снижается*, тогда как в случае выпуска гражданской продукции исполнитель работ, снижая уровень своих затрат, как правило, получает дополнительную прибыль.

Все перечисленные особенности работы в рамках государственного оборонного заказа привели к необходимости выявлять дополнительные методы калькуляции выпускаемой продукции с максимально приближенными к заявленным государством показателями.

Авторское исследование содержания публикаций по вопросу учета затрат и калькуляции выявило, что при определении понятия «калькуляция» в экономической литературе данный процесс рассматривается исключительно в направлении от затрат к себестоимости и упускается возможность применения процесса калькуляции от себестоимости к затратам, т. е. метода «обратной калькуляции».

Все авторы, предлагающие определение понятия «калькуляция», сходятся в том, что калькуляция – это система расчетов, направленная на определение себестоимости единицы продукции или

Бухгалтерский учет, анализ и аудит

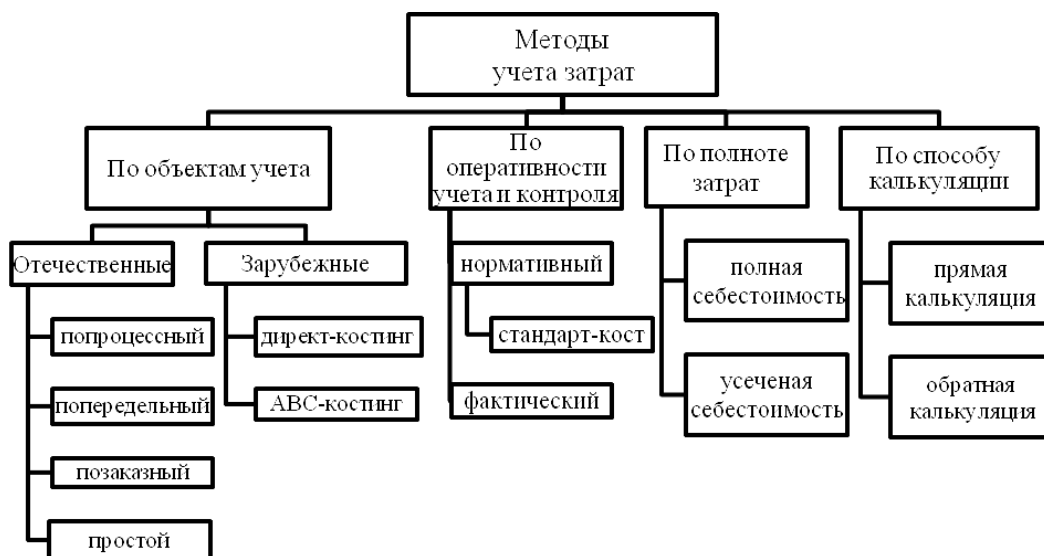
всего выпуска в удельном или общем ее выражении, т. е. расчетные действия всегда предшествуют определению (вычислению) себестоимости продукции. Данное мнение не учитывает практики государственного регулирования цен, фиксированных показателей цены и себестоимости продукции, а также случаев, когда хозяйствующий субъект не в силах влиять на себестоимость продукции (работ, услуг). В этих условиях определению себестоимости продукции не предшествует расчет затрат, а наоборот, калькуляция проистекает из уже сложившихся финансовых показателей. Это обстоятельство не позволяет охватить все возможные варианты исчисления себестоимости. На наш взгляд, усовершенствованная формулировка понятия «калькуляция» для включения в сферу его применения обратного процесса, т. е. расчетов затрат, требуемых для обеспечения заданной себестоимости, позволит заполнить данный терминологический пробел. На основании проведенного нами глубокого терминологического исследования предлагается следующая трактовка: калькуляция – это система итерации вычислительных действий, направленная на формирование учетной информации для денежной оценки стоимости продукции (работ, услуг) и ее структурных составляющих в расчетном периоде.

При рассмотрении современных классификаций методов учета затрат нами выявлено, что в литературе отсутствует отражение возможности калькуляции согласно прямому и обратному методам. Очевидно, что данная ситуация также затрудняет теоретические возможности применения метода обратной калькуляции. Разработка классификации, включающей прямой и обратный методы калькуляции, позволит усовершенствовать теоретическую базу методологии учета затрат и калькуляции. Результат нашей разработки данного вопроса представлен на рисунке.

В соответствии с Приказом Министерства промышленности и энергетики Российской Федерации «Об утверждении порядка определения состава затрат на производство продукции оборонного назначения, поставляемой по государственному оборонному заказу» № 200 [7] (далее – «Приказ № 200») в организациях, выполняющих государственный оборонный заказ, учет затрат, связанный с его выполнением, следует осуществлять с полной калькуляцией себестоимости и отдельно по каждому виду продукции. Авторский анализ существующих методов учета затрат и калькуляции показал, что только позаказный метод удовлетворяет требованиям, выдвигаемым данным нормативным документом. Однако учет затрат позаказным методом предполагает прямую калькуляцию затрат с последующим формированием себестоимости и финансовых результатов по заказу, что не отражает особенностей отрасли, вынужденной использовать обратную калькуляцию. Это означает наличие необходимости разработки метода учета затрат с ориентацией на особенности отрасли и необходимость использования метода обратной калькуляции, который обеспечит достижение достоверного формирования себестоимости деятельности предприятий ОПК – задачи, решаемой авторами в настоящее время.

Проанализируем проблемные моменты и отраслевые особенности учета и калькуляции затрат на предприятиях ОПК.

В 1994 году в соответствии с постановлением Правительства РФ Федерации от 05.08.1992 № 552 (далее – «Положение № 552») Министерством науки и технической политики Российской Федерации по согласованию с Министерством экономики Российской Федерации и с Министерством финансов Российской Федерации были утверждены «Типовые методические рекомендации по планированию, учету и калькулированию себестоимости



Классификация методов учета затрат с учетом группы «Способ калькуляции»

сти научно-технической продукции» № ОР22-2-46. Цель данных рекомендаций – «обеспечить единообразие принципов планирования, учета и калькулирования себестоимости научно-технической продукции».

В соответствии с правовыми актами [8, 9, 10] Положение № 552 было отменено. При этом в 25-й главе Налогового кодекса РФ определено право хозяйствующего субъекта самостоятельно выбирать принципы учета и состава затрат.

В апреле 2002 года было выпущено Письмо Минфина [11], в котором говорится: «отсутствие полной информации о формировании себестоимости, которая является основой прогнозирования и управления производством, и фактических затратах на производство, являющихся базой для определения продажной цены, объема материально-производственных запасов в целях обеспечения непрерывного процесса производства и т. д., приводит к несвоевременному выявлению непроизводительных расходов, невозможности выработки и реализации мер по их недопущению, определению оптимального объема выпуска продукции и пр. и как результат к снижению эффективности работы хозяйствующего субъекта в целом». Данный нормативный акт предлагал до завершения работы по разработке и утверждению министерствами и ведомствами соответствующих отраслевых нормативных документов по вопросам организации учета затрат на производство, калькуляции продукции (работ, услуг), как и ранее, руководствоваться отраслевыми инструкциями (указаниями).

Таким образом, предприятиям ОПК необходимо было, с одной стороны, выполнять требования 25-й главы Налогового кодекса, а с другой – по рекомендации Минфина РФ – использовать устаревшие отраслевые рекомендации.

Новые отраслевые рекомендации Министерство промышленности и энергетики Российской Федерации утвердило только в апреле 2006 года Приказом № 200.

Таким образом, с момента отмены Положения № 552 20.02.2002, до 23.08.2006, когда был выпущен Приказ № 200, предприятия, занимающиеся научно-техническими разработками, в том числе предприятия ОПК, не имели никаких действующих нормативных рекомендаций по учету и калькуляции.

Все это время предприятия оборонной сферы пытались существовать между устаревшими методическими рекомендациями и действующим законодательством, самостоятельно выбирая пути решения данной проблемы.

После издания Приказа № 200 все предприятия обязаны вести учет и калькуляцию согласно указанному в нем порядку, т. е. предприятия были вынуждены перестроить сложившуюся за почти 5 лет безнормативной деятельности систему учета и калькуляции затрат в соответствии с настоящим документом.

В соответствии с Приказом № 200 «в организациях, выполняющих государственный оборонный заказ, учет затрат, связанный с его выполнением, следует осуществлять отдельно по каждому виду продукции».

Исходя из данного нормативного акта, предприятия ОПК, занимающиеся выполнением государственного оборонного заказа, обязаны осуществлять учет работ по государственному контракту отдельно от прочей продукции, выпускаемой организацией, а также предоставлять сведения о всех понесенных затратах в рамках выполнения государственных контрактов на момент запроса от заказчика, т. е. вне зависимости от времени наступления бухгалтерского отчетного периода.

Выполнение государственного оборонного заказа предполагает, что при уменьшении уровня затрат прибыль, рассчитываемая как зависимость, пропорционально снижается, или, в случае нормативного значения, остается неизменной.

Поэтому, исходя из того, что целью любой организации является максимизация прибыли, а цена продукции не может превышать установленного лимита при прочих условиях для достижения максимального показателя прибыли предприятию ОПК необходимо:

1) осуществить мероприятия по обоснованию начальной цены контракта с минимальной погрешностью, так как отклонение фактического уровня затрат от планового влечет за собой изменение прибыли и цены контракта. Выполнение данного пункта предполагается при запросе заказчиком обоснований начальной максимальной цены контракта путем расчета плановых затрат;

2) осуществлять мероприятия по доведению фактических и плановых затрат до уровня, указанного в государственном контракте, в случае если организация является единственным поставщиком и/или определение начальной максимальной цены контракта осуществлялось на основании анализа базовых разработок и индексации цен, а не на основании расчета по затратам. Таким образом, в случае превышения фактических затрат над указанными в контракте, данное превышение заказчиком не оплачивается и является убытком организации-исполнителя. В случае, если фактические затраты ниже уровня затрат по договору, уровень прибыли и цена контракта пересматривается в сторону уменьшения;

3) осуществлять мероприятия по доведению реального уровня рентабельности выпускаемой продукции до уровня рентабельности определенного заказчиком государственного контракта для продукции оборонного назначения. Превышение реального уровня рентабельности над уровнем, определенным государственным заказчиком для выполнения государственного контракта, влечет за собой убытки в рамках контракта, так как цена контракта не может превысить договорную величину и не покрывает издержки сверх договорных лимитов.

Реальный уровень рентабельности ниже заявленного предполагает корректировку цены контракта до фактического уровня рентабельности.

Еще одной особенностью процесса отражения фактических затрат при учете деятельности по государственным контрактам, является бюрократизация их заключения.

Данная проблема не является специфической только для нашей страны. Как отмечает Толкачев С.А. [12], анализируя военный рынок США, «одной из черт, характеризующих неэффективность военных закупок, является использование контракта, который имеет труднопереводимое название «недоопределенный» (undefinitized) контракт. На бюрократическом лексиконе закупочных инструкций Пентагона это означает, что подрядчик получает заказ на изготовление оружия или на его модификацию, спецификации которого еще не определены и могут измениться. Подрядчику разрешается начать работу или, по крайней мере, начать расходовать деньги до того, как цена будет согласована с правительством. Использование «недоопределенных» контрактов на практике выливается в преждевременные решения о закупке оружия с сомнительными техническими и качественными характеристиками ввиду неотлаженности технологической базы производства и давления военных подрядчиков на органы закупок Пентагона...».

В бывшем СССР военная экономика отличалась высоким уровнем изменений конструкционной и технологической документации (25 % при работе над отдельным заказом). Это сопровождалось частыми внеплановыми снятиями ряда изделий с производства и включением новых, незапланированных. В целом, на долю потерь из-за несовершенств в технической подготовке и планирования производства в оборонных НПО приходилось до половины потерь рабочего времени.

В настоящее время заключение контрактов по государственному оборонному заказу также неоправданно затягивается. Так, в 2011 году подписание последних контрактов по государственному оборонному заказу на текущий год завершилось в ноябре [13].

Все это приводит к тому, что предприятиям, выполняющим государственный оборонный заказ, необходимо уложиться в срок, а подписание контрактов недопустимо затягивается, и организации вынуждены осуществлять расходы до их согласования с заказчиком работ, т. е. с государством. В связи с этим часть расходов по контрактам может быть исключена из себестоимости выпускаемой продукции и предприятия вынуждены осуществлять корректирующие мероприятия по фактическим затратам задним числом.

Еще одним вариантом корректировки фактических затрат является право заказчика контролировать прямые и косвенные затраты в рамках договора.

В случае, если затраты признаются необоснованными, исполнитель работ обязан исключить их из состава себестоимости выпускаемой продукции. Если в случае прямых затрат эта операция не представляет особого труда, то в случае косвенных – это практически невозможно, так как общехозяйственные расходы распределяются на все виды продукции, и те затраты, которые не хочет видеть один Заказчик в рамках своих работ, вполне удовлетворяют требованиям другого Заказчика. Проблема заключается в том, что корректировка одного и того же вида расходов приемлема для одного Заказчика и недопустима для другого.

Все эти процессы являются характерными особенностями отрасли и деятельности предприятий, выполняющих государственный оборонный заказ.

Однако нормативные акты, призванные регламентировать деятельность предприятий в рамках выполнения государственного оборонного заказа, описывают исключительно договорную составляющую, упуская из виду рекомендации по бухгалтерскому учету данного вида деятельности. Особенности бухгалтерского учета деятельности при использовании обратного метода калькуляции также упускаются.

Правила бухгалтерского учета не рассматривают подобных особенностей отрасли, и предприятия ОПК вынуждены разрабатывать внутренние методические рекомендации, отражающие алгоритм учетно-аналитического обеспечения и порядок документационного обеспечения метода обратной калькуляции, учета и корректировок фактических затрат.

Поэтому рассмотрим современные варианты обратной калькуляции и оценим возможность их использования на предприятиях оборонной сферы.

Разновидность метода обратной калькуляции Воронова Е.Ю. предлагает использовать в системе «точно в срок» [14]. Однако, проблемы, подробно проанализированные Сухаруковым А.П. в отрасли ОПК [15], приводят к выводу, что применение системы «точно в срок» не представляется возможным. Некоторые из этих проблем:

- недобросовестность или низкая квалификация сотрудников ОПК;
- отсутствие требовательного и неподкупного входного и выходного контроля за качеством поступающих материалов, комплектующих и готовой продукции;
- технологическое отставание оборонных предприятий практически на всех уровнях кооперации и по всем направлениям деятельности ОПК;
- отставание по управлению этими предприятиями;
- низкий уровень развития (по отношению к мировому) отечественных технологий микроэлектроники, компьютерных и информационных технологий.

Наш анализ показал, что учет затрат методом обратного списания при системе «точно в срок» представляет собой рационализированный метод учета затрат только для предприятий, которые стремятся минимизировать материально-производственные запасы, применяют систему нормативного учета (в большинстве случаев) и оперативного контроля издержек производства и имеют минимальные отклонения между фактическими и нормативными затратами.

Еще один метод учета, который предполагает использование разновидности метода обратной калькуляции, называется «таргет-костинг» (Target Costing). Эта система, как пишут Грибков Е. [16] и Демина И.Д. [17], появилась в 60-х годах XX века в Японии и распространилась по всему миру в основном в инновационных отраслях (автомобилестроение, машиностроение, электроника, компьютерные, цифровые технологии) и сфере обслуживания.

По мнению Грибкова Е. [16] «таргет-костинг» применяется на этапе проектирования нового изделия или модернизации устаревающей продукции.

В основу идеи «таргет-костинга» положены понятие целевой себестоимости и формула ее расчета как разницы между ценой продукции и прибылью. При этом цена – рыночная стоимость изделия (услуги), которая определяется при помощи маркетинговых исследований. Прибыль – желаемая величина, которую стремятся получить от продажи изделия (услуги).

«Таргет-костинг» рассматривает себестоимость не как заранее рассчитанный по нормативам показатель, а как величину, к которой должна стремиться организация, чтобы предложить рынку конкурентный продукт. Поэтому задача метода «таргет-костинг» – разработка изделия (услуги), сметная себестоимость которого равна целевой себестоимости. Если новое изделие таково, что невозможно добиться его целевой себестоимости, не ухудшив при этом качества, принимается решение о том, что оно не будет разрабатываться.

По этому поводу Демина И.Д. [17] пишет: «если на этапе проектирования разница между сметной и целевой себестоимостью составляет до 10 %, то принимается решение о начале производства такого изделия с расчетом на то, что 10 % будут ликвидированы в процессе производства методом кайзен-костинга». Кайзен-задачей называется сокращение разницы между сметной и целевой себестоимостью. Выполнение этой задачи касается всего персонала организации, и ее выполнение должным образом поощряется.

Особенность работы системы «таргет-костинг», отмечает Редченко К.И. [18], в том, что «должно быть налажено тесное взаимодействие между разными подразделениями и работниками; коллектив должен быть единой командой, осведомленной и воспринявшей цель своей совместной

работы, действующей как единое целое. Разбалансированность внутреннего механизма, амбициозные действия спорящих за влияние менеджеров, неадекватная корпоративная культура – вот главные симптомы неблагополучной организации, в которой внедрение «таргет-костинг» практически с самого начала обречено на провал».

Данный экономист выделяет также следующие недостатки данной системы [18]:

- время разработки нового продукта может неоправданно увеличиваться из-за многочисленных итераций в процессе перепроектирования;

- неумелое применение концепции «таргет-костинг» может негативно сказываться на людях, находящихся под постоянным прессингом своих руководителей, стремящихся во что бы то ни стало достичь целевой себестоимости;

- могут возникнуть конфликты между проектировщиками, усиленно стремящимися снизить производственную себестоимость продукта, и маркетологами, которые часто отказываются даже рассматривать предложения о снижении затрат на сбыт и продвижение продукции к конечному потребителю.

Метод «таргет-костинг» и система «точно в срок» являются системами управления затратами. Однако они не позволяют судить о способах вычисления объема затрат и их учета, что не позволяет использовать их в условиях выполнения государственного оборонного заказа.

Рассмотрение вышеозначенных методов говорит о недостаточной разработке вопросов формирования стоимости продукции, учета и калькуляции затрат на предприятиях ОПК.

Подводя итоги данной статьи, следует отметить ее результаты как обоснование необходимости разработки комплекса мер для использования метода обратной калькуляции на предприятиях ОПК и в тех производствах, где это оправдано.

В качестве первого шага в научном решении данной проблемы в статье предложены новые трактовка понятия калькуляции и классификация методов учета затрат, а также показано, что современный уровень разработки метода обратной калькуляции недостаточен для его беспрепятственного использования.

Литература

1. Расходы федерального бюджета по разделам и подразделам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://info.minfin.ru/project_fb_budjet_rash.php.

2. Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2012 год и на плановый период 2013 и 2014 годов» от 30.11.2011 № 371-ФЗ // СПС «Гарант»

3. Федеральный закон «О государственном оборонном заказе» от 27.12.1995 № 213-ФЗ // СПС «Гарант»

4. Федеральный закон «О размещении заказов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» от 21.07.2005 № 94-ФЗ // СПС «Гарант».
5. Федеральный закон «О государственном оборонном заказе» от 27.12.1995 № 213-ФЗ // СПС «Гарант».
6. Федеральный закон «О естественных монополиях» от 17.08.1995 № 147-ФЗ // СПС «Гарант».
7. Приказ Министерства промышленности и энергетики Российской Федерации «Об утверждении порядка определения состава затрат на производство продукции оборонного назначения, поставляемой по государственному оборонному заказу» от 23.08.2006 № 200 // СПС «Гарант».
8. Федеральный закон «О внесении изменений и дополнений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и некоторые другие акты законодательства Российской Федерации о налогах и сборах, а также о признании утратившими силу отдельных актов (положений актов) законодательства Российской Федерации о налогах и сборах» от 06.08.2001 № 110-ФЗ // СПС «Гарант».
9. Постановление Правительства РФ «Об изменении и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации по вопросам налогообложения прибыли организаций» от 20.02.2002 № 121 // СПС «Гарант».
10. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть 2 от 05.08.2000 № 117-ФЗ // СПС «Гарант».
11. Письмо Минфина Российской Федерации «О применении нормативных документов, регулирующих вопросы учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг)» от 29.04.2002 № 16-00-13/03 // СПС «Гарант».
12. Управление оборонно-промышленным комплексом. Теоретико-методологические основы / С.А. Толкачев; Государственный университет управления, Институт национальной и мировой экономики. – М.: ГУУ, 2008. – 136 с.
13. Путин затеял реформирование гособоронзаказа / В. Сычев [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://lenta.ru/articles/2012/05/11/hoz>.
14. Воронова, Е.Ю. Управленческий учет на предприятии: учебное пособие / Е.Ю. Воронова, Г.В. Улина. – М.: Проспект, 2006.
15. Узкое место гособоронзаказа. На ОПК навалились с двух флангов / В. Литовкин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://nvo.ng.ru/realty/2012-02-03/1_gosoboronzakaz.html.
16. Грибков, Е. Методы учета затрат и расчета себестоимости / Е.Грибков // Экономика бизнеса. – 2008. – № 50 (9264).
17. Бухгалтерский управленческий учет / И.Д. Демина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/413851>.
18. Японский след в стратегическом управлении затратами: Таргет-костинг / К.И. Редченко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/ias/target_costing.shtml.

Поступила в редакцию 30 октября 2012 г.

Черненко Алексей Федорович. Доктор экономических наук, профессор кафедры «Маркетинг и менеджмент», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – теория и организация экономического анализа и бухгалтерского учета. Контактный телефон: (8-902) 601-99-49.

Aleksey Fedorovich Chernenko. Doctor of Science (Economics), professor of the Department of Marketing and management, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: theory and organization of business economics and business accounting. Contact phone number: (8-902) 601-99-49.

Афонина Оксана Александровна. Соискатель кафедры «Маркетинг и менеджмент» (Южно-Уральский государственный университет), начальник бюро финансового анализа и планирования ФГУП «Центральный научно-исследовательский институт химии и механики» (г. Москва). Область научных интересов – экономический анализ и учет себестоимости продукции. Контактный телефон: (8-903) 140-30-72.

Oksana Aleksandrovna Afonina. Degree-seeking student of the Department of Marketing and management, South Ural State University, chief of a bureau of the financial analysis and planning FSUE «Central Research Institute of Chemistry and Mechanics» (Moscow). Research interests: business economics and accounting of product cost. Contact phone number: (8-903) 140-30-72.

Управление социально-экономическими системами

УДК 332.012.2 + 338.46:620.9

ББК У9(2)30-21

ОСНОВЫ РАЦИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ НА РЫНКЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ УСЛУГ

В.В. Воложанин, Т.А. Шиндина

Обеспечение рационального развития рынка услуг населению, исключение резких всплесков и провалов является ключевой задачей государственного регулирования социально-экономического обеспечения территории. В условиях повсеместного влияния параметров энергетического сектора экономики на работу обеспечивающих предприятий возникает необходимость рассмотрения вопроса взаимосвязи основных категорий управления энергетическими ресурсами, изучению которых и посвящена работа

Ключевые слова: сфера услуг, энергетический рынок, взаимодействия.

Повышение эффективности использования энергоресурсов должно стать стратегической задачей управления российской энергетической системой [1]. Сегодня российское энергопотребление является избыточным более чем на треть и, по сути, оно не соответствует объемам производства продукта.

Энергоемкость валового внутреннего продукта России в 2,5 раза выше среднемирового уровня и в 2,5–3,5 раза выше, чем в развитых странах (рис. 1).

Более 90 % мощностей действующих электростанций, 83 % жилых зданий, 70 % котельных, 70 % технологического оборудования электрических сетей и 66 процентов тепловых сетей было построено еще до 1990 года. Около четверти используемых в настоящее время бытовых холодильников было приобретено более 20 лет назад. В

промышленности эксплуатируется 15 % полностью изношенных основных фондов [2].

На долю нефти в совокупном мировом энергопотреблении приходится 46,1 %, и эта цифра, по прогнозам экспертов, останется неизменной в течение ближайших 20 лет. Стабильная доля нефти в мировом потреблении энергоресурсов объясняется тем, что часть производства будет переводиться на природный газ и альтернативные виды топлива. Однако нефть останется ключевым топливом для транспорта и некоторых других секторов экономики (рис. 2).

Энергетический сектор экономики страны – это топливно-энергетический комплекс, охватывающий получение, передачу, преобразование и использование различных видов энергии и энергетических ресурсов. Он является точкой пересечения технико-технологической, экономической и

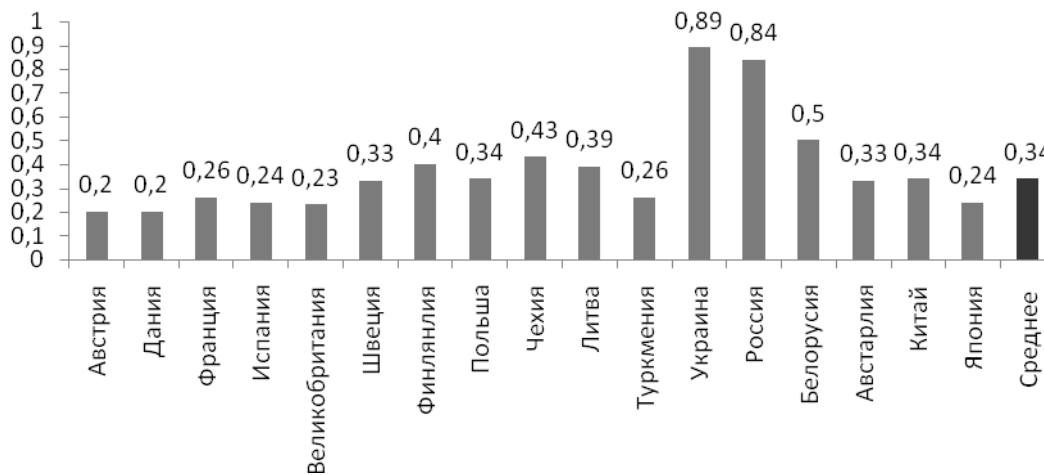


Рис. 1. Энергоемкость ВВП стран мира, кг у.п./ \$ США

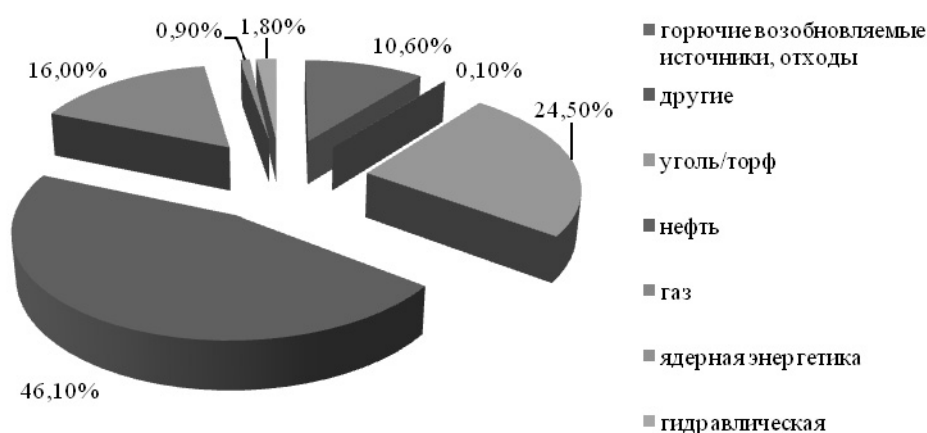


Рис. 2. Структура потребления ТЭР в мире

социальной составляющих общественного развития и регулирующим фактором в эколого-экономическом пространстве. Причем состояние отрасли и отдельных предприятий отражает, с одной стороны, состояние окружающей среды, с другой – уровень экономического развития и качества человеческого мышления (рис. 3).

На рис. 3 представлена взаимосвязь основных экономических категорий энергетического сектора экономики страны с учетом взаимодействия и взаимопроникновения понятий. Рассмотрим их.

В настоящее время полезное применение энергии, в первую очередь, связывают с энергосбережением. Официальное определение устанавливается ГОСТ Р 51387-99, введенным Постановлением Госстандарта России от 30.11.1999 г. № 485-ст: «Энергосбережение – комплекс мер по реализации правовых, организационных, научных, производственных, технических и экономических мер, направленных на эффективное (рациональное) использование (и экономное расходование) топливно-энергетических ресурсов (ТЭР), при существующем полезном эффекте от их использования и на вовлечение в хозяйственный оборот возобновляемых источников энергии» (закон РФ «Об энергосбережении»).

На наш взгляд, под энергосбережением понимать комплекс мер по реализации правовых, организационных, научных, производственных, технических и экономических мер, направленных на эффективное (рациональное) использование (и экономное расходование) топливно-энергетических ресурсов (ТЭР), при существующем полезном эффекте от их использования и на вовлечение в хозяйственный оборот возобновляемых источников энергии.

По сути, под энергосбережением понимается снижение объемов потребления энергоресурсов, которое возможно на основе:

– развития технологий принудительного снижения объемов потребления на базе технических

средств, например, техники меньшей мощности или принудительных прерывателей использования ресурсов и пр.

– развития технологий восполнения потребленной энергии на основе использования возобновляемых источников;

– развития в обществе понимания важности бережливого поведения и создания культуры бережливости, заключающейся в самозапрете на использование энергии и поиске путей замены энергопотребностей.

В обзоре потенциальных областей энергосбережения, а также политики и программ, призванных обеспечить экономию энергоресурсов, важное значение имеет комплексный подход к энергоэффективности, которая является неотъемлемой частью системы энергосбережения и отражает экономическую сущность бережливости.

Энергоэффективность, измеряемая на макроуровне (энергоёмкость экономики страны) является ключевым индикатором, характеризующим устойчивость развития энергетического сектора и государства в целом [3, 4].

По сути, под энергоэффективностью понимается отношение результатов использования энергии к затратам на их пополнение, которое возможно на основе:

– управления национальным доходом, связанным с развитием общества и мировых экономик, направленном на снижение затрат при потреблении энергоресурсов;

– управления запасами природных ресурсов, сбалансированном расходовании различных видов ресурсов, использования системной оптимизации и принципов бережного отношения к природе, направленном на снижении затрат на получение энергетических ресурсов;

– развития техники и технологий с максимально возможным КПД направленном на снижение уровня затрат при потреблении и передачи энергии.

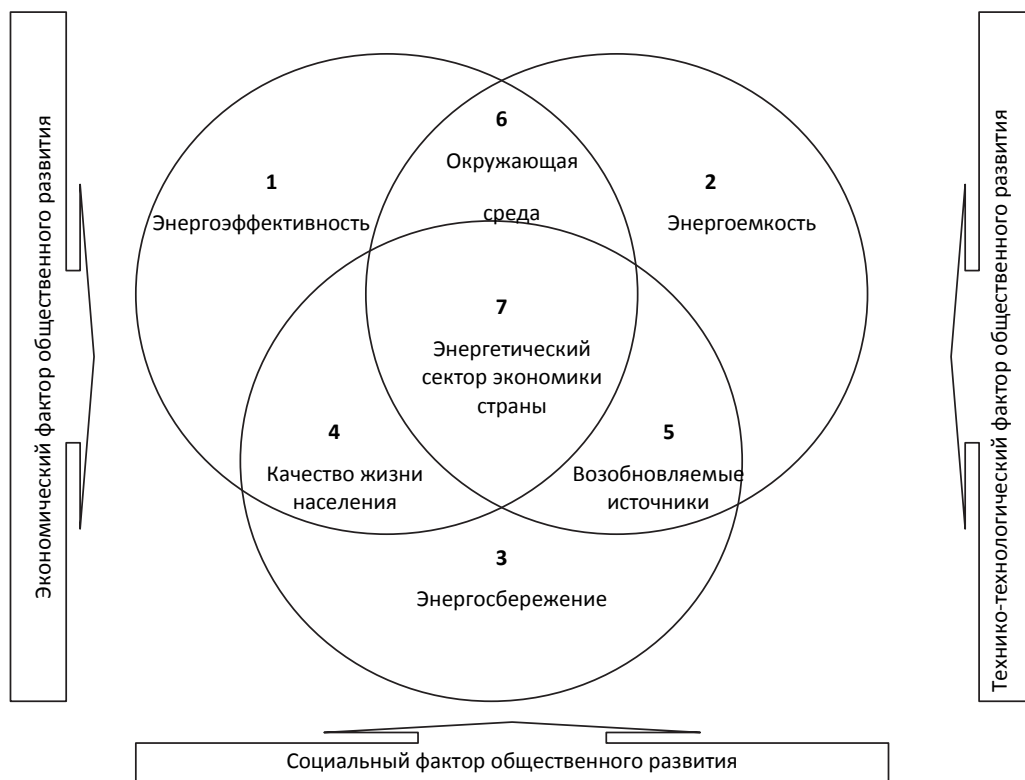


Рис. 3. Взаимосвязь основных категорий управления энергетическими ресурсами

При этом вопросы снижения затрат на получения энергии связаны с емкостными характеристиками, которые следует изучать в контексте понятия «энергоемкость».

Численным выражением энергоемкости системы является показатель, представляющий собой отношение энергии, потребляемой системой, к величине, характеризующей результат функционирования данной системы. Часто используются следующие способы расчета энергоемкости: кВт.ч./ед. изделия (для электроэнергии); Гкал/ед. изделия (для тепла); т.у.т./ед. изделия (для топлива, а также пересчитанного в т.у.т. электроэнергии и тепла); затраты на энергию и топливо/выручка предприятия; затраты на энергию и топливо/ВВП.

По сути, под энергоемкостью понимается мощностная характеристика, отражающая скорость изменений при непрерывности процессов потребления и накопления энергии. Энергоемкость показывает некую обеспеченность ресурсами, которая возможна на основе:

- увеличения объемов производства и воспроизводства в динамике;
- сбалансирования объемов использования топливо-заменителей (нефть, газ и т. д.);
- увеличения скорости пополнения запасов при регулируемых объемах потребления.

В современных условиях хозяйствования энергосбережение становится приоритетной государственной задачей, так как позволяет относительно простыми мерами государственного регу-

лирования значительно снизить нагрузку на бюджеты всех уровней, сдержать рост энергетических тарифов, повысить конкурентоспособность экономики и увеличить предложение на рынке труда.

Энергосберегающая система представляет собой совокупность энергетических ресурсов всех видов, методов их получения (добычи), преобразования, распределения и использования, а также технических средств и организационных комплексов, обеспечивающих снабжение потребителей всеми видами энергии.

Исходя из анализа существующих подходов к определению сущности управления энергоресурсами, его следует рассматривать как процесс обеспечения условий эффективного их функционирования на всех стадиях жизненного цикла самого ресурса и на этой основе – в целом промышленности и ее предприятий. В Государственном стандарте под эффективностью функционирования энергетических ресурсов понимается достижение экономически оправданного положительного результата их использования при существующем уровне развития техники и технологий и соблюдении требований к охране окружающей природной среды.

Однако управление энергоресурсами не может рассматриваться только с позиции локально существующих уровней развития техники и технологии (на отдельном предприятии, в отдельной отрасли), а при этом должны учитываться имеющиеся вообще научно-технические достижения.

Тогда критерием эффективности управления энергоресурсами становится не просто достижение эффективности, т.е. минимизация их затрат в расчете на единицу продукции, изготовленной в промышленном производстве, а минимизация их затрат с учетом имеющихся или прогнозируемых научно-технических достижений. Целесообразно выделять потенциальную (нормативную) и фактическую эффективность энергоресурсов. Потенциальная эффективность измеряется соотношением потенциальных объемов производства продукции и нормативных затрат энергии, а фактическая энергетическая эффективность – соотношением фактически произведенной продукции и фактических энергозатрат. Это замечание имеет большое значение, ибо современная ситуация в сфере использования энергетических ресурсов в значительной степени основывается на прошлых периодах, что отягощает решение многих проблем, связанных с энергоресурсами в настоящее время, хотя бы в области исследования причин роста энергоёмкости промышленного производства.

Литература

1. Воложанин, В.В. Оценка выбора стратегии развития социально-экономической системы на основе квантово-механической методологии с учетом уровня энтропии внешней среды / В.В. Воложанин, А.А. Маннанов, О.А. Воложанин // *Экономические науки*. – 2010. – № 62. – С. 455–461.
2. Салимоненко, Е.Н. Организационно-экономическое обеспечение тарифов на услуги населению (на примере энергетического рынка) / Е.Н. Салимоненко, А.В. Карпушкина, О.А. Воложанина // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент»*. – 2012. – Вып. 24. – № 44(303). – С. 80–83.
3. Савельева, И.П. Бюджетный метод управления строительной организацией как резерв повышения эффективности / И.П. Савельева, Т.А. Шиндина // *Вестник ЧелГУ*. – Челябинск, 2008. – № 19. – С. 127–133.
4. Шиндина, Т.А. Особенности договорных отношений в строительном комплексе / Т.А. Шиндина // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Рынок: теория и практика»*. – 2006. – Вып. 4. – № 15(70). – С. 138–143.

Поступила в редакцию 4 февраля 2013 г.

Воложанин Владимир Владимирович. Доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика, управление и инвестиции», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), руководитель Челябинского отделения Российской академии геополитики. Область интересов – рыночные особенности функционирования предприятий в России, развитие сектора экономических консультаций, финансовый менеджмент. Тел. (351) 267-92-80.

Vladimir Vladimirovich Volozhanin. Doctor of Science (Economics), professor of the Department of Economics, Management and Investments, South Ural State University (Chelyabinsk), the head of the Chelyabinsk branch of the Russian Academy of Geopolitics. Research interest: market features of enterprise functioning in Russia, the development of the sector of economic consulting, financial management. Tel.: (351) 267-92-80.

Шиндина Татьяна Александровна. Доктор экономических наук, зав. кафедрой «Финансовый менеджмент», декан факультета «Экономика и предпринимательство», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – планирование и организация хозяйственной деятельности предприятий, развитие частно-государственного партнерства. Тел. 8-912-89-489-22; e-mail: shindina@74.ru

Tatiana Aleksandrovna Shindina. Doctor of Science (Economics), Head of Financial Management Department, Dean of the Faculty of Economics and Entrepreneurship, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests are connected with planning and organizing the economic activity and development of public private partnership. Tel.: 8-912-89-489-22; e-mail: shindina@74.ru

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ И ТРУД: ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРИИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

И.И. Просвирина

Понятие интеллектуального капитала, сформировавшееся к середине 90-х гг. прошлого века, к настоящему времени стало самостоятельным направлением в науке и практике управления, привлекая все больше внимания как со стороны исследователей, так и со стороны менеджеров. За почти двадцатилетнюю историю накоплен большой опыт управления интеллектуальным капиталом в компаниях, стремящихся идти в ногу со временем, появилось множество концепций и моделей интеллектуального капитала, объясняющих разные стороны данного явления. В настоящей статье представлен авторский подход к трактовке сущности интеллектуального капитала как продолжения эволюции теории факторов производства, являющийся результатом десятилетних исследований в данной области.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, человеческий капитал, теория факторов производства, труд как фактор производства.

За последние два десятилетия в мире произошли революционные изменения, что привело к соответствующим изменениям в экономике, бизнесе, бизнес-моделях. Результатом этих изменений стал переход к новому укладу в экономике, который называют постиндустриальным. Такое название не случайно. Именно в начале 90-х годов впервые в мировой экономике затраты на приобретение информационной техники превысили затраты на приобретение промышленного оборудования (112 и 107 млрд долл. соответственно). Этот факт, отмеченный одним из родоначальников нового направления исследований, связанного с интеллектуальными ресурсами, Т. Стюартом в книге «Интеллектуальный капитал – новый источник богатства организаций», ознаменовал собой начало новой экономики: «Традиционная фирма представляла собой совокупность основных фондов, являющихся собственностью капиталистов, которые несут ответственность за их сохранность и нанимают работников для их приведения в действие. Интеллектуальная компания – это ... нечто совсем иное. Ее основные фонды не имеют материальной формы, и вообще неясно, кому они принадлежат и кто отвечает за их содержание... Материальные активы вытесняются интеллектуальными таким же образом, как текущие активы вытесняются информацией» [1]. Поэтому символом нового века является компания Microsoft, которая к 1996 г. имела материальные активы на сумму 930 млн долл., в то время как ее рыночная капитализация составляла 85,5 млрд, то есть почти в 100 раз больше.

Промышленные предприятия, имеющие вполне традиционную структуру активов и занимающиеся производством, не остаются в стороне от этой глобальной тенденции. Так, «Coca-Cola» имеет рыночную капитализацию более 100 млрд долл. при балансовой стоимости активов около 20

млрд, «Carbon» (европейский производитель угольных электродов, относящийся к металлургии, одной из наиболее традиционных отраслей в экономике) – 2,8 млрд и 1,3 млрд соответственно. Конечно, эта разница не такая впечатляющая, как у Microsoft, но она имеет место и постоянно растет.

Экономическая наука на протяжении последних двух десятилетий предпринимает попытки дать научное объяснение этому феномену. В их ряду концепция интеллектуального капитала рассматривается как одна из наиболее убедительных и перспективных. В настоящей статье приведены аргументы в пользу обоснованности существования и изучения данной концепции, а также изложен авторский подход к сущности интеллектуального капитала как одному из новых факторов производства, появляющихся на основе первичных факторов. Напомним, что к ним, начиная с XIX в., относят землю, капитал, труд, предпринимательскую способность.

Интеллектуальный капитал и потребность людей в обучении

Рост инвестиций людей в свое образование был отмечен и объяснен Г. Беккером, лауреатом Нобелевской премии, в 50-х гг. прошлого века. Стремление людей получать образование – это ответ на развитие науки и технологии, вызвавшее желание заниматься интеллектуальными видами деятельности вместо непосильного физического труда. Спрос на специалистов с высоким уровнем знаний при ограничении их предложения привел к их существенно более высокому заработку. Образование, знания стали капиталом, то есть стоимостью, использование которой позволяет получить большую стоимость (то есть заработать на нем можно больше, чем вложено в его создание). В настоящее время в развитых странах сложилось устойчивое соотношение между каждым дополнительным годом образования и соответствующим

приростом дохода специалиста. Это соотношение известно всем и стимулирует людей получать образование, хотя при этом требуется отказ от многих жизненных благ и ценностей в течение обучения. Устойчивость этого соотношения, подтверждаемая практикой, привела к тому, что приоритетными направлениями инвестирования людей в развитых странах стали инвестиции в образование и здоровье (при этом финансовый капитал не утрачивает своего значения, но деньги являются лишь средством достижения своих целей). Все это позволило П. Самуэльсону в начале 90-х годов сказать: «Когда вы смотрите на выпускника медицинской школы, вы видите в известном смысле некоторое количество капитала или экономический фактор производства, частично являющийся капиталом» [2].

Интеллектуальный капитал и потребность бизнеса в прибылях

В силу происходящих в экономике изменений изменяется практика принятия важнейших решений в бизнесе: прежде всего, решений о распределении денежного потока. Компании, обладающие лучшими ресурсами (человеческими, информационными, управленческими и др.), получают более высокие прибыли. Они получают приоритетную возможность воспроизводить и развивать эти ресурсы. В 80-е годы прошлого века сформировалась тенденция к росту конкурентоспособности компаний, которые обладали не лучшими основными средствами, а лучшими человеческими ресурсами. При этом такие компании имеют возможность выбора: привлекать (или, другими словами, покупать) готовые человеческие ресурсы или создавать в компании, инвестируя в их развитие, обучение (профессиональное и личностное), поддержание здоровья. Обе эти тенденции сосуществуют в современном обществе на протяжении последнего десятилетия, создавая в совокупности тот уровень качества работников, который в результате удовлетворяет достаточно высоким запросам современного бизнеса.

К началу 90-х гг. в бизнесе полностью оформилась тенденция роста инвестиций в обучение и развитие персонала, а вместе с ними также в другие активы нематериального характера: исследования, в том числе маркетинговые, бизнес-процессы и информацию. Необходимость обоснования осуществления таких инвестиций, в свою очередь, приводит к потребности в их структуризации и развитию методов расчета их эффективности.

Интеллектуальный капитал и потребность инвесторов в информации

На рыночную оценку бизнеса влияют и ожидания инвесторов, связанные с перспективами компании. Инвесторы спешат опередить других инвесторов, чтобы не пропустить самый выгодный момент приобретения ценных бумаг перспективных компаний. К ускорению этих процессов тоже причастны информационные технологии: инфор-

мация сейчас распространяется практически моментально, и так же быстро на известия о новых технологиях и открытиях должны реагировать инвесторы. То есть стоимость перспективной компании растет тогда, когда еще не созданы ресурсы для начала новых производств, но лишь об этом объявлено. Таким образом, реальных активов у компании еще нет, но ее стоимость уже выросла, потому что инвесторы поверили в ее перспективы.

Стоимость этих перспектив имеет реальное денежное выражение (превышение рыночной капитализации над балансовой стоимостью активов). В попытке повлиять на рост этого превышения менеджеры начинают создавать благоприятную информацию о компании, ее имидже, бизнес-процессах и т. д. Оказалось, что рынки положительно реагируют на эту информацию! Поэтому в практике бизнеса стало развиваться направление, связанное с подготовкой этой информации для инвесторов (одно из них – креативная бухгалтерия. Ее продуктом стал ряд известных крупных банкротств начала века). Но в целом это позитивное направление развития бизнеса, которое привело к раскрытию информации для инвесторов в значительно больших объемах, чем это было еще в 80-е годы прошлого века. В составе этой информации раскрывается величина инвестиций компании в обучение, НИОКР, бренды и другие активы, в совокупности составляющие интеллектуальный капитал. Уже не является редкостью публикация отдельного отчета об интеллектуальном капитале.

Таким образом, одно из объяснений появления понятия интеллектуальный капитал – это ответ на потребность инвесторов в наиболее детальной информации о деятельности компаний, в которые они осуществляют свои инвестиции.

В целом можно сделать вывод, что появление концепции интеллектуального капитала объясняется, по крайней мере, тремя группами причин: потребностью людей в обучении для получения больших доходов в работоспособном периоде, потребностью бизнеса в привлечении и создании лучших человеческих ресурсов для получения больших прибылей, потребностью инвесторов в информации о деятельности компаний. В совокупности эти причины объясняют, почему бизнес имеет более высокую стоимость, чем стоимость его материальных активов. Это происходит потому, что в бизнесе имеются активы, не отраженные в их финансовой отчетности (в которой показаны только материальные активы): это неосознаваемые активы – знания и квалификация персонала, опыт управления, клиентские связи и др., которые по стандартам бухгалтерского учета не отражаются в балансе, но оказывают влияние на стоимость бизнеса.

Сущность концепции интеллектуального капитала

К началу XXI в. в экономике в основном сформировался единый подход к содержанию и структуре интеллектуального капитала. Классиче-

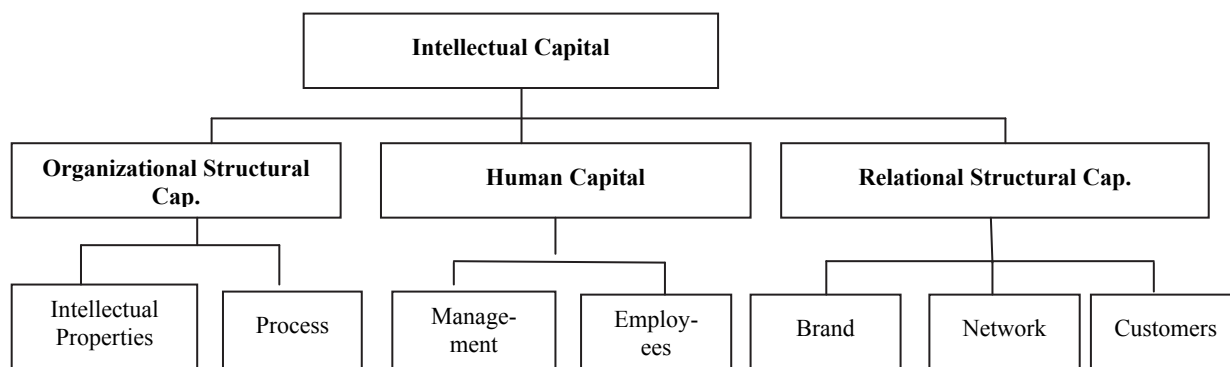


Рис. 1. Интеллектуальный капитал в модели «IC Rating™» Л. Эдвинссона [3]

ский подход представлен моделью Л. Эдвинссона (рис. 1).

Одно из авторитетных разъяснений по поводу сущности интеллектуального капитала высказано Организацией Экономического Сотрудничества и Развития (ОЭСР), которая была инициатором и организатором первой в мире конференции по интеллектуальному капиталу в 1999 г., а также ряда масштабных исследований: «интеллектуальный капитал – это экономическая ценность двух категорий неосязаемого имущества компании: организационный (структурный) капитал и человеческий капитал» [4]. Состав каждого компонента уточняется следующими примерами: к структурному капиталу относятся собственные системы программного обеспечения, организация дистрибутивно-сетевой работы, каналы сбыта и снабжения. К человеческому капиталу относятся человеческие ресурсы внутри организации (то есть ресурсы персонала), а также внешние человеческие ресурсы организации (то есть ресурсы покупателей и поставщиков).

На основе проведенных автором в 2004–2008 гг. исследований [5] разработан подход, опирающийся на классификации активов интеллектуального происхождения на 2 группы: потенциальные и накопленные (рис. 2). К потенциальным нами отнесены те ресурсы, которые представляют собой знания, квалификация и компетенции персонала и менеджмента. В модели Л. Эдвинссона эти элементы представляют человеческий капитал. К накопленным мы отнесли ту часть знаний, квалификации и компетенций персонала и менеджмента, которая уже отделилась и существует независимо от носителей этих знаний: это выстроенные бизнес-процессы компании, наработанный портфель клиентов, созданные базы данных, научные разработки, репутация на рынке и другие. Эти активы классифицированы нами на структурные, инновационные и клиентские.

Деление активов на потенциальные и накопленные имеет, прежде всего, практическое значение: к управлению данными элементами должны применяться разные подходы: для потенциальных

активов главное – создание наилучших условий для реализации потенциальных возможностей персонала и менеджмента, а для накопленных активов главное – их сохранение и развитие. Из этой модели становится понятно, что знания и квалификация должны быть постоянно действующим источником для развития внутрифирменных (организационных) активов. Поэтому человеческий капитал в составе интеллектуального капитала играет активную роль, этим отличается от других, пассивных, активов; для иллюстрации этого обстоятельства в нашей модели представлена некоторая «иерархия» активов.

О продуктивности такого подхода свидетельствует то, что он продолжает использоваться исследователями современных процессов в экономике и бизнесе. Так, мы разделяем подход проф. А.К. Ташева, положившего в основу своего анализа «понятие *potenzia* (потенция), означающее, по сути, скрытые возможности достижения чего-то... Структурно ресурсы состоят из двух частей: использованные в предшествующем периоде при существовавших условиях и резервные, возможные для использования в будущем периоде при возникновении благоприятных условий. В практическом плане можно сказать: человеческий капитал есть отражение потенциальных возможностей человека (или персонала в целом) к участию в трудовом процессе» [6].

Предложенный подход к пониманию сущности интеллектуального капитала позволяет описать изменения, происходящие в бизнес-модели в связи с возрастанием роли новых активов (рис. 3). Наряду с первичными факторами производства (земля, капитал (средства производства), труд (представленный как человеческий капитал: знания, квалификация, компетенции персонала и менеджмента) появляется вторичный фактор, представленный в виде внутрифирменных активов (структурных, инновационных, клиентских). Если первичные факторы созданы самой природой (земля, деньги (капитал), труд как способность человека к созидательной деятельности, предпринимательская способность как готовность пред-

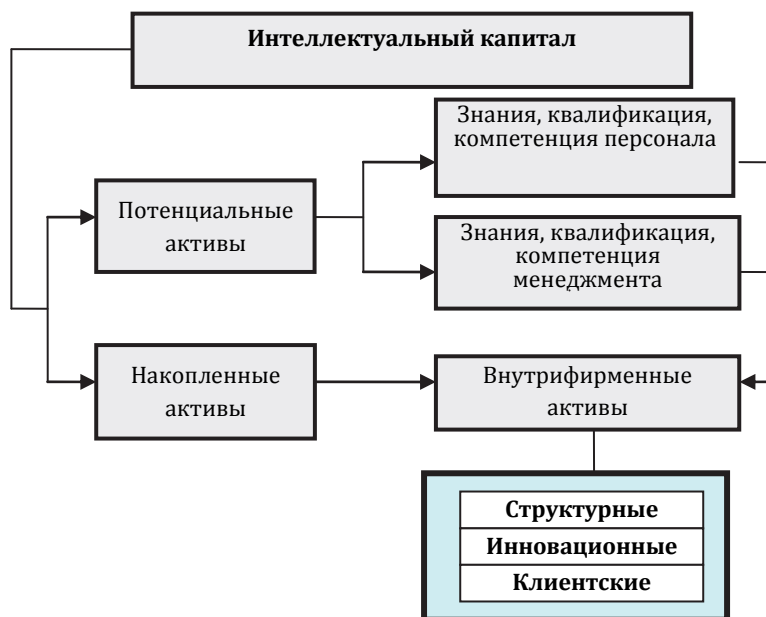


Рис. 2. Классификация интеллектуального капитала на основе выделения потенциальных и накопленных активов

принимателей идти на риск), то вторичные факторы (или факторы второго уровня) созданы человеком, но не являются конечным продуктом труда, а создаются для повышения эффективности деятельности компании как промежуточный результат. Это означает, что пока человеческий капитал (или труд, в традиционном изложении теории факторов производства) не воплотился в устойчивый и независимый от персонала внутрифирменный актив, компания не может полноценно конкурировать на современном рынке, потому что ее эффективность ниже, чем у компаний, обладающих таким активом.

Это приводит к существенным изменениям в бизнес-модели. Перед персоналом ставится задача не просто создать продукт (услугу), но вначале создать (описать) эффективный бизнес-процесс, базу данных, источники информации и т. д. От этих активов компания не получает непосредственной от-

дачи, то есть они не являются продукцией компании, предназначенной для продажи. В то же время, в последнее десятилетие появились многочисленные случаи продажи франшиз на ведение бизнеса. Это не что иное, как превращение таких активов в товар! Компании, у которых созданы внутрифирменные активы, могут их продавать и тиражировать, увеличивая денежный поток. То есть в настоящее время интеллектуальный капитал может быть использован компанией и как внутренний резерв повышения эффективности бизнеса (фактор производства), и как продукт, предназначенный для продажи.

Таким образом, концепция интеллектуального капитала продолжает развиваться, раскрывая все новые резервы для повышения эффективности бизнеса. Спустя более 20 лет со времени появления концепции интеллектуального капитала можно утверждать (вслед за Ф. Махлупом): «Если сле-

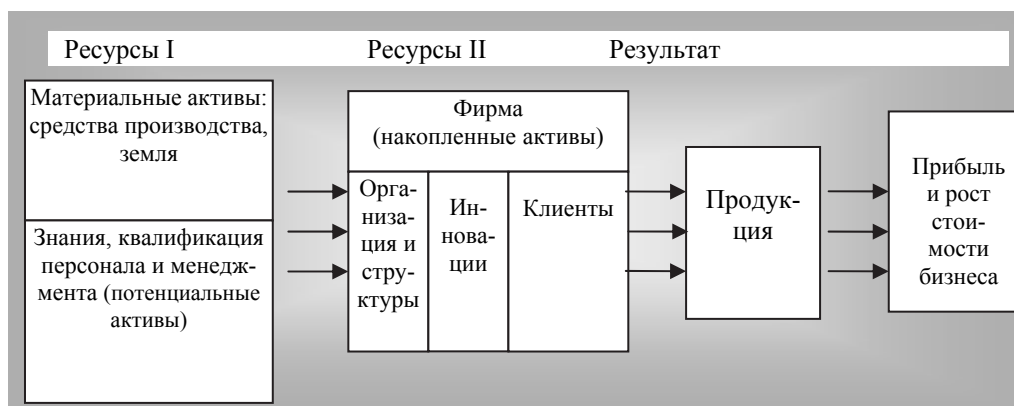


Рис. 3. Институциональная модель бизнеса с выделением факторов производства двух уровней

довать философии науки, которая не делит теории на “ложные” или “истинные”, а различает “отброшенные” и “еще открытые для критики» [7], то теория интеллектуального капитала, безусловно, открыта для критики. Растущее количество публикаций в данной области лишь подтверждает этот тезис.

Литература

1. Стюарт, Т. Интеллектуальный капитал – новый источник богатства организаций // Т. Стюарт. Новая постиндустриальная волна на Западе / пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 330 с.
2. Самуэльсон, П. Экономика / П. Самуэльсон: пер. с англ.: в 2 т. – М.: Алгон, 1992. – Т. 1. – С. 40.
3. Edvinsson, Leif. Intellectual capital Management. Режим доступа: <http://www.intellectualcapital.se/Templates/UI/Views/Text.aspx?page=44> [дата обращения 24.01.13 г.]
4. New Sources of Growth: Knowledge-Based Capital. Режим доступа: <http://www.oecd.org/economy/labourmarkets/humancapitalandinequality/50452962.pdf> [дата обращения: 24.01.13 г.]
5. Просвирина, И.И. Финансовая модель неосязаемых активов предприятий / И.И. Просвирина; отв. ред. Е.В. Попов. – Екатеринбург: Изд-во ИЭ УрО РАН, 2005. – 335 с.
6. Тацев, А.К. Трудовой потенциал промышленного предприятия и его трансформация в человеческий капитал / А.К. Тацев // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2013. (В настоящем номере).
7. Махлуп, Ф. Теории фирмы: маржиналистские, бихевиористские и управленческие / Ф. Махлуп // В кн.: Теория фирмы / под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1995. – С. 77.

Поступила в редакцию 18 января 2013 г.

Просвирина Ирина Игоревна. Доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Оценка бизнеса и конкурентоспособности», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – финансовая отчетность, оценка бизнеса, управление интеллектуальным капиталом. Телефон: 8-963-465-82-77, e-mail: iprosvirina@mail.ru

Irina Igorevna Prosvirina. Doctor of Science (Economics), Associate Professor, Head of Business Valuation and Competitiveness Department, South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: financial data reporting, business valuation, management of intellectual capital. Tel.: 8-963-465-82-77, e-mail: iprosvirina@mail.ru

ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО ТРАНСФОРМАЦИЯ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

А.К. Тащеев

Статья посвящена проблемам использования понятий трудового потенциала и человеческого капитала, их трансформации и применения для управления промышленными предприятиями. Выполнен исторический анализ формирования и трансформации понятий капитала.

Ключевые слова: трудовой потенциал, человеческий капитал, интеллектуальный капитал, промышленное предприятие.

В научных трудах и дискуссиях о потенциалах промышленных предприятий порой забывается о неоднозначном восприятии этих слов участниками суждений, и они начинают не понимать друг друга.

Слово «потенциал» не экономического происхождения. Этимологи утверждают, что оно происходит от латинского *potential*, что в переводе означает мощь и силу [1, с. 574]. Если следовать этому утверждению, то применительно к экономике оно должно отражать наличие ресурсов, необходимых для достижения каких-либо целей. Следовательно, рост потенциала должен оцениваться как положительное действие. Чем больший потенциал хозяйствующего субъекта, тем серьезнее воспринимается он внешним миром, тем большим капиталом он владеет.

Такой подход к раскрытию содержания понятия «потенциал» можно назвать количественным. Любой ресурс, характеризующий потенциал хозяйствующего субъекта (материально-технический, трудовой, финансовый, экономический и пр.), определяется точно, т. е. на конкретный момент времени. Он может со временем расходоваться, пополняться, структурно изменяться, но вопрос о возможных изменениях при количественном подходе не ставится. Например, об экономическом потенциале страны можно судить по миллионам тонн выплавленной стали, о трудовом потенциале региона – по численности трудоспособного населения, о рыночном потенциале предприятия – по количеству произведенной продукции, пользующейся спросом и т. д.

Наряду с количественным подходом предлагается и иной подход к раскрытию содержания понятия «потенциал», который условно можно назвать качественным, поскольку он отражает структуру потенциала на определенных моментах времени. В основу такого подхода положено понятие *potenzia* (потенция), означающее, по сути, скрытые возможности достижения чего-то. При качественном подходе под потенциалом промышленного предприятия понимается возможность достижения какой-либо цели, существующая в скрытом виде, но которая может быть использована при возникновении благоприятных условий [1, с. 561]. При этом предполагается, что факт наличия ресурсов существует априори, а структурно

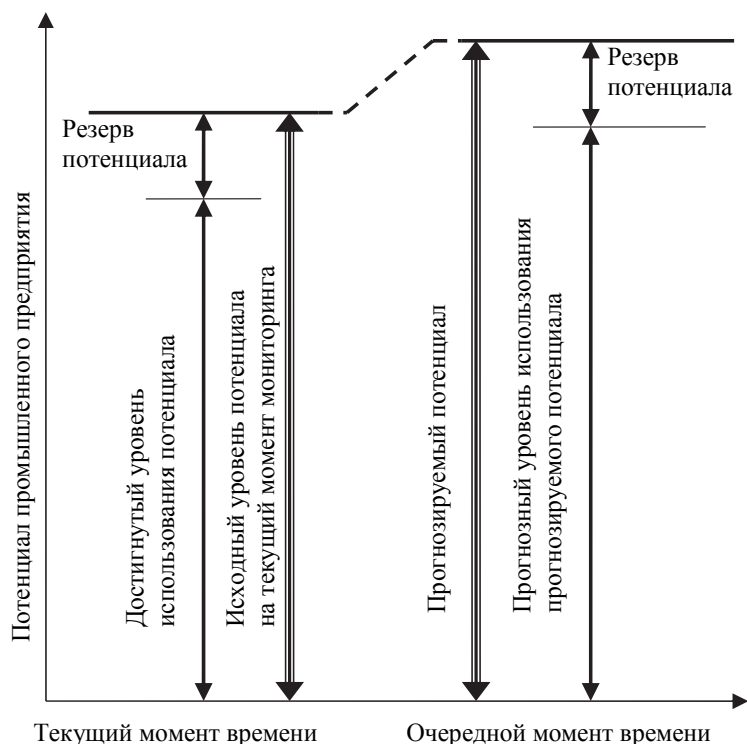
ресурсы состоят из двух частей: использованные в предшествующем периоде при существовавших условиях и резервные, возможные для использования в будущем периоде при возникновении благоприятных условий. На рисунке эти соотношения отражены в графическом виде.

Термин «потенциал» в производственной практике применялся с незапамятных времен. Применялся он в основном в качестве прилагательного к существительному «возможность». Например, потенциальная возможность увеличения выпуска продукции без дополнительных капитальных вложений.

Сейчас этот термин начал использоваться в экономическом лексиконе иначе. Из прилагательного к слову «возможность» он перешел в разряд существительного, т. е. приобрел самостоятельное значение. Оказалось, что у предприятия много потенциалов, поскольку много частных и общих задач, подлежащих решению. Например, П.В. Аристархов насчитал таких потенциалов у промышленного предприятия пятнадцать: экономический, производственный, инновационный, организационный, интеллектуальный, имущественный, ресурсный, материально-технический, финансовый, профессионально-квалификационный, управленческий, трудовой, творческий, потенциал персонала [2]. Другие исследователи дают иной набор потенциалов предприятия, однако во всех случаях в этом перечне присутствует трудовой потенциал, занимая особое место.

Особенность трудового потенциала объясняется тем, что носителем его является человек, люди, персонал предприятия. При этом каждый человек – личность, с физическими и умственными внутренними ресурсами, с врожденными и приобретенными способностями к труду, с личностным восприятием всего происходящего на предприятии и за его пределами.

Более того, трудовой потенциал приобрел социально-экономическое значение. Он представляет собой не только производственный ресурс, а, прежде всего, внутренний ресурс человека, его способность к труду (способность как потенция, как возможность использования при желании и благоприятных условиях). Данная способность не расходуется в процессе труда, а наоборот, развивается, накапливается за счет приобретения опыта и



Формирование структуры потенциала

новых знаний, или наоборот, девальвируется. Это происходит за счет устаревания приобретенных ранее знаний, появления новых способов производства, новых технологий и прочих новшеств.

Различие содержания терминов «потенциал» и «ресурсы» состоит именно в том, что потенциалы не расходуются в процессе производства и труда, а ресурсы расходуются. Для повторения производственного цикла ресурсы расходуются, в то время как потенциальные возможности в виде знаний и умений остаются неизменными, а иногда даже возрастают.

Большинство исследователей трудового потенциала считают, что это понятие включает в себя совокупность таких характеристик человека, как здоровье, самочувствие, образование, профессионализм, умение и желание трудиться и другие особенности характера, состояния организма человека. Вряд ли такие характеристики трудового потенциала можно достаточно точно измерить и, тем более, свести воедино в одном всеобъемлющем показателе, как бы того не хотелось.

Поскольку каждый человек – личность со всеми присущими ей особенностями характера и состояния организма, то одно и то же воздействие на формирование и применение трудового потенциала может иметь совершенно разные результаты.

Рассмотрим процесс возникновения и развития у человека его способности к труду. Примем при этом за аксиому, что трудовой потенциал личности может проявиться лишь в процессе труда, а его результативность зависит как от внутреннего

состояния личности, так и от внешних условий, от организации трудового процесса.

Начнем с рождения человека. Каждый человек с рождением наделяется природой и генетикой жизненным потенциалом, т. е. скрытыми до поры до времени возможностями роста и развития. Поначалу они проявляются частично, интуитивно, а затем все полнее и осмысленнее. По мере взросления, т. е. накопления знаний, умений, навыков и логического мышления, человек наращивает свой жизненный потенциал permanently и занимает определенное положение в жизненной иерархии (ребенок, школьник, студент и т. д.). Важнейшей составляющей жизненного потенциала со временем станет трудовой потенциал, т. е. возможность, умение и желание трудиться. Именно наличие трудового потенциала и его осмысленное применение отличает человечество от всего животного мира, а человеческий ресурс – от производственных ресурсов.

На наш взгляд, трудовой потенциал личности – это нечто, не имеющее материальной формы выражения, а поэтому неизмерим. Мы можем познавать

состав такого потенциала, факторы, влияющие на рациональность его применения; наблюдать результаты применения потенциальных возможностей человека, можем оценивать эти результаты количественно в натуральном, стоимостном или ином измерении.

Интересную трактовку позиции классика экономической мысли XIX века К. Маркса по вопросам сути потенциальных возможностей человека дает выдающийся экономист XX века Й. Шумпетер. Он пишет: «Ум, мускулы и нервы рабочего образуют, как таковые, фонд или запас потенциального труда (*der Arbeitskraft* – термин не всегда правильно переводимый как рабочая сила). Этот фонд или запас К.Маркс рассматривает в виде некой субстанции определенного количества, которая в капиталистическом обществе является таким же товаром, как все прочее» [3, с. 401].

В современных условиях разделения и кооперации труда лидирующее положение занимает корпоративный (совместный) труд. Трудовой потенциал отдельных личностей вливается в трудовой потенциал организаций, предприятий. Теория и практика показали, что трудовой потенциал предприятий отличается от суммы трудовых потенциалов личностей наличием синергетического эффекта, что находит свое отражение в более высокой производительности совместного труда.

Проявление трудового потенциала в процессе совместного труда людей порождает трудовые, межличностные отношения между ними, а также производственные отношения между собственни-

ками орудий и предметов труда, государством и наемными работниками. Не потенциал, а именно процесс труда порождает трудовые, межличностные, производственные отношения. Трудовой потенциал лишь позволяет людям осуществлять трудовой процесс с определенной результативностью. Именно поэтому трудовой потенциал не является только экономической категорией, а является в равной степени категорией экономической, социальной и нравственной.

Трудовой потенциал многогранен, и потому под этим словосочетанием кроются разные понимания его сущности. Мы считаем, что трудовой потенциал связан с деятельностью человека, персонала предприятия, в каких бы формах он не проявлялся: непосредственно в осуществлении производственного процесса, в конструировании продукции, в разработке технологий, в информационном обеспечении участников трудового процесса и т. д. Исходя из такого понимания проявления трудового потенциала, следует полагать, что он имеет две принципиально разные формы. Одна форма проявления трудового потенциала – в виде производственного ресурса; вкупе с материальными, технико-технологическими и финансовыми ресурсами. В основе образования производственных ресурсов лежит капитал предприятия: есть капитал – будут ресурсы, нет капитала – не будет ресурсов, в том числе трудовых. Такой трудовой потенциал можно определять через трудоемкость продукции, нормы времени, зарплатоемкость продукции и т. п.

Другая форма проявления трудового потенциала – интеллектуальная. Творческий, инновационный и т. п. потенциалы являются составными частями потенциала интеллектуального. В основе образования интеллектуального потенциала лежат знания и накопленный опыт: есть знания, проверенные опытом, – есть и интеллектуальный потенциал. Трудовой интеллектуальный потенциал сосредоточен в основном в управленческих службах предприятия, в научно-исследовательских, конструкторско-технологических, информационных и прочих подразделениях. Особенность трудового интеллектуального потенциала состоит в том, что он не всегда взаимосвязан с численностью персонала предприятия. Можно иметь большую численность и низкий уровень потенциала и наоборот. Исключительное значение для развития трудового интеллектуального потенциала предприятия имеет наличие одаренных личностей в составе персонала. Трудовой интеллектуальный потенциал может быть и в составе трудового ресурсного потенциала. Здесь он проявляется, прежде всего, в виде совершенствования действующей технологии.

Переход России к капиталистическому способу производства, где ключевым словом является «капитал», натолкнул научных работников на мысль, что это слово должно проникнуть во все элементы промышленного производства. И процесс внедрения пошел. Появились в экономическом лексиконе такие немудреные словосочетания, как «человеческий ка-

питал», «организационный капитал», «социальный капитал» и т. д. Первым в этом многообразии признается человеческий капитал.

Оказалось, что подход к рассмотрению производственного процесса с позиции капитала – не российский изобретение. Исследования человеческого капитала ведутся за рубежом уже более полувека. Однако однозначного понятия человеческого капитала нет и сегодня – ни с теоретических, ни с практических позиций. Да и само слово «капитал» имеет разные подходы к раскрытию его содержания. Еще А. Смит и Д. Рикардо понимали под капиталом все средства производства. Этого понимания придерживаются многие современные экономисты. В современном экономическом словаре Б.А. Розенберга, А.А. Лозовского и Е.Б. Стародубцева дается два определения капитала. Первое – «это все то, что способно приносить доход, или ресурсы, созданные людьми для производства товаров и услуг». Второе – «это вложенный в дело, работающий источник доходов в виде средств производства (физический капитал)» [4, с. 141]. Сейчас появились и другие «капиталы». По данным Всемирного банка, физический капитал в современной экономике формирует 16 % общего объема богатства каждой страны, природный – 20 %, а человеческий капитал – 64 %.

К. Маркс к понятию «капитал» подходил с других позиций. Он говорил, что капитал не вещь, не сумма средств производства, а определенные производственные экономические отношения [1, с. 260].

Различные аспекты макроэкономического изучения проблемы человеческого капитала получили довольно широкое освещение в научных трудах теоретиков разных периодов человеческой деятельности. Однако применение понятия человеческого капитала во всех его аспектах функционирования на промышленных предприятиях находится в самом начале, по крайней мере, в России. Каждый ученый вкладывает в это понятие свое содержание. В Большом экономическом словаре под редакцией проф. Арзилияна читаем: «Капитал человеческий – образование, квалификация, приобретение в процессе производства, знания и навыки, воплощенные в рабочей силе» [1]. Проф. Генкин Б.М. [5] рассматривает человеческий капитал как совокупность качеств, которые определяют производительность и могут стать источником дохода для человека, семьи, предприятия и общества. Проф. Е.С. Строев [5] считает, что человеческий капитал – это достижения личности в стоимостном выражении, выступающие на рынке в виде конкретных осязаемых результатов: изобретений, открытий, конструкторских разработок, результатов научных и практических исследований, а также особых способностей человека к выполнению тех или иных работ. Проф. Ю.Г. Одегов [5] определяет человеческий капитал как сформированный в результате инвестиций и накопленный человеком определенный запас физического здоровья, знаний, навыков, умений, мотивации, которые

используются в той или иной сфере приложения труда и приносят доход как собственнику рабочей силы, так и работодателю. Проф. С.М. Пястолов [5] считает, что человеческий капитал – это чистая дисконтированная величина прироста объемов производства за счет дополнительного опыта и квалификации персонала по сравнению с объемом производства неквалифицированного труда. Проф. Э.М. Коротков [5] рассматривает роль человеческого капитала в возможности приращения успехов совместной деятельности за счет креативных, социально-психологических и корпоративных факторов.

Несмотря на разное толкование, в процессе данных исследований произошло четкое разграничение в трактовке человеческого капитала на экономическую категорию и экономическое понятие, а также приземление их до уровня промышленного предприятия. Так, например, Т.А. Коркина в докторской диссертации [6], рассматривая содержание человеческого капитала как экономической категории, пишет: «Это отношения между экономическими субъектами по поводу распределения дохода, полученного от реализации производственных сил человека». Далее, рассматривая человеческий капитал с позиций экономического понятия (применительно к предприятию), замечает: «Это неосязаемый актив, включающий совокупность личностных свойств человека и институциональных условий предприятия, которая предполагает реализацию креативных способностей человека» [6, с. 15–16]. Под креативностью работников Т.А. Коркина понимает желание и возможность разрабатывать новые идеи, оригинальные, нестандартные решения, поставленные задачи, а также способность их реализовывать.

Близкое к этим определениям понятий «человеческий капитал» и «человеческий капитал предприятия» находим в недавно выпущенной монографии В.Н. Белкина, Н.А. Белкиной и Л.Б. Владкиной. Понятие «человеческий капитал» для отдельного человека – «это способность к труду, приносящая доход», а «человеческий капитал предприятия» – это «совокупная способность его персонала к труду, дающая синергетический эффект в совместной деятельности и приносящая доход персоналу, предприятию и государству» [5, с. 32].

В общем виде персонал – это совокупность личностей, обязанных трудиться на предприятии в соответствии с трудовым договором. Однако личность потому и личность, что отличается от других людей физическими, антропологическими, нравственными, психологическими и другими человеческими качествами. Личность долгое время не понимала, да и сегодня не сможет понять, что обладает собственностью в виде человеческого капитала и потенциальными возможностями его применения. Не понимает, потому что человеческий капитал не ощутим. Человеческий капитал, точно так же, как трудовой потенциал, не имеет имущественной (вещной) формы. Говорят, что человеческий капитал – это нематериальное благо, при определенных

обстоятельствах приносящее пользу (доход) и доставляющее удовлетворение его владельцу. Для отдельного человека было бы понятнее, если бы это благо называлось бы не капиталом, а товаром, который он обменивает на заработную плату.

Примем пока на веру утверждения, что открытие человеческого капитала является «революцией в экономической мысли, что концепция человеческого капитала играет центральную роль в современном экономическом анализе» [7] и будем рассматривать человеческий капитал с позиции возможности практического применения.

Длительное время исследователи рассматривали «трудовой потенциал» и «человеческий капитал» одновременно, но не совместно и таким образом рассматривались как два совершенно разных новых направлений отражения участия человека в трудовом процессе. Совместное рассмотрение позволяет получить более полное представление об их природе, взаимосвязи и сделать более осмысленным в практическом применении.

Пока же термины «человеческий капитал» и «трудовой потенциал» активно входят в обиход без содержательного понимания. Говорят, например, вкладываем деньги в человеческий капитал. Но ведь человеческий капитал может проявляться в реальной жизни лишь тогда, когда использован трудовой потенциал, а произведенная продукция реализована. До этого человеческого капитала существует как неопознанное явление, как некое обстоятельство. Фактически деньги вкладываются не в человеческий капитал, а в развитие трудового потенциала: личных качеств человека, повышения образовательного-квалификационного уровня и т. д. Это касается как отдельного человека, так и персонала предприятия в целом. Косвенную оценку увеличения человеческого капитала и трудового потенциала за счет инвестиции получить более или менее удастся, а общую величину обладания – нет. Парадоксально, но факт. Вероятно, таковы особенности человеческого капитала и трудового потенциала.

Промышленное предприятие – это хозяйствующий субъект, целью которого является получение прибыли. Поэтому все виды капиталов, которые им используются для осуществления производственного процесса и реализации продукции (услуг), в конечном счете, имеют денежное выражение и отражаются финансовым учетом в бухгалтерском балансе предприятия. С использованием на практике понятий человеческого капитала и трудового потенциала в денежном измерении произошла «осечка». Их величину измерить не удастся: слова есть, а цифр – нет. Между тем, любое экономическое понятие, вводимое в научный и хозяйственный оборот, должно иметь четкое определение, поддаваться количественной оценке и находить эффективное применение в жизненной практике. Хорошо по этому поводу сказал американский ученый Поль А. Страссман: «Нельзя измерить то, чему не дано определения. Нельзя также сказать, что вы что-то улучшили, если этого нельзя измерить» [8, с. 84].

Трудовой процесс в старом измерении характеризовался использованным временем (личностью или персоналом), полученными в результате труда объемами продукции или работ, производительностью труда и т. п. Все это вполне измеримо. К трудовому процессу в новом подходе пытаются применить те же измерители (время, объемы) и как-то оценить результаты, но убедительно измерить имеющийся человеческий капитал и трудовой потенциал пока не удается. Рекомендации по использованию человеческого капитала и трудового потенциала сводятся в основном к факторам, влияющим на этот процесс. Факторы для использования трудового потенциала и человеческого капитала в основном равнозначны. В практическом плане можно сказать: человеческий капитал есть отражение потенциальных возможностей человека (или персонала в целом) к участию в трудовом процессе.

На рынок труда человек выходит, обладая своими потенциальными возможностями к труду. В процессе труда потенциальные возможности человека трансформируются, т. е. приобретают виртуальную форму человеческого капитала. Его невозможно физически ощутить, измерить, сопоставить с результатами труда, отразить ни в активах, ни в пассивах предприятия. Если учесть, что понятие трудового потенциала также виртуально, то получается «виртуальность в квадрате». Если учесть, что параллельно с понятиями «потенциал» и «человеческий капитал» появились на свет понятия «организационный капитал», «социальный капитал» и др. капиталы, то невольно возникает вопрос о целесообразности их практического применения.

Ответ на этот вопрос с достаточным откровением дает доктор экономических наук, профессор В.Н. Белкин: «В экономическую науку привносятся новые термины, понятия и категории, что способствует ее развитию. К сожалению, нередко ввод в научный оборот новых понятий не сопровождается объяснением их необходимости, иначе говоря, исследователи предлагают понятия, не указывая, чего можно достичь с их помощью, какие задачи можно решить, какой прирост знаний они дают» [9, с. 9]. С этим нельзя не согласиться.

Несмотря на наличие недоговоренностей по поводу сути, содержания понятий трудового потенциала и человеческого капитала, они уверенно входят в лексикон экономического делового общения как на государственном уровне, так и на уровне предприятий. От них вроде бы веет чем-то новым, привлекательным, отличным от обычных

понятий, таких как план, производственная мощность, квалифицированный рабочий и т. п. Понятия «трудовой потенциал» и «человеческий капитал» как бы поглощают некоторые старые понятия. Они подходят однозначно для отражения разнообразных производственных проблем. Немаловажное значение имеет благородство позывов обобщающихся и красота звучания слов.

Значит, необходимо обратить особое внимание на четкость формулировок этих понятий и на выявление их практической значимости, с особой осторожностью относиться к введению в оборот «новых капиталов», поскольку пока совершенно не видна их роль в управлении промышленными предприятиями и в повышении результативности их деятельности.

Литература

1. *Большой экономический словарь* / под ред. А.И. Азрилияна. – М.: Институт новой экономики, 1997.
2. *Аристархов, П.В. Разработка элементов механизма управления экономическим потенциалом промышленного предприятия в условиях модернизации: автореферат дис. ... канд. экон. наук* / П.В. Аристархов. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2012.
3. *Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития* / Й.А. Шумпетер. – М.: Эксмо, 2008.
4. *Розенберг, Б.А. Современный экономический словарь* / Б.А. Розенберг, А.Н. Лазовский., Е.Д. Стародубцева. – М.: Инфра-М., 1996.
5. *Белкин, В.Н. Формирование конкурентоспособного человеческого капитала* / В.Н. Белкин, Н.А. Белкина, Л.Б. Владкина. – Екатеринбург: Изд-во УрО РАН, 2011.
6. *Коркина, Т.А. Управление инвестициями в человеческий капитал угледобывающих предприятий: автореферат дис. ... д-ра экон. наук* / Т.А. Коркина. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2012.
7. *Щетинин, В. Человеческий капитал и неоднозначность его трактовки* / В. Щетинин // *Мировая экономика и международные отношения*. – М., 2001. – № 12.
8. *Страссман, П.А. Информация в век экономики. Проблемы управления* / П.А. Страссман. – М.: Экономика, 1987.
9. *Белкин, В.Н. Теория человеческого капитала* / В.Н. Белкин. – Екатеринбург: Изд-во Института экономики УрО РАН, 2012.

Поступила в редакцию 29 декабря 2012 г.

Ташев Александр Кузьмич. Доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и финансов, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – управление трудовым потенциалом коллективов промышленных предприятий в условиях рыночной экономики. Контактный телефон: (351) 267-92-81, факс: (351) 267-98-17, e-mail: baev@econom.susu.ac.ru

Alexander Kuzmich Tashchev. Doctor of Science (Economics), professor of the Economy and Finance Department of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: labour potential management of the staff of industrial enterprises in terms of market economy. Contact phone number: (8-351) 267-92-81, fax: (8-351) 267-98-17, e-mail: baev@econom.susu.ac.ru

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ, РЕСУРСЫ КОМПАНИИ: СУЩНОСТЬ И СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ НАУКЕ

Е.П. Третьякова

Статья посвящена исследованию связей между распространенными категориями управленческой науки: организационный потенциал, организационный капитал, организационные ресурсы. Раскрыто авторское представление о сущности, условиях формирования и свойствах потенциала компании. Путем сопоставления свойств установлено соотношение между организационным потенциалом и организационным капиталом компании. Обоснована авторская позиция относительно расширенного толкования понятия «капитал».

Ключевые слова: потенциал, капитал, ресурсы компании, организационный потенциал, организационный капитал, трудовой потенциал, человеческий капитал.

Развитие экономической науки связано с появлением новых концепций, введением новых понятий, а также с расширением толкования известных категорий. Эти процессы можно назвать естественными и закономерными. Вместе с тем, внедрение новых или модифицированных понятий должно сопровождаться позиционированием их в среде сложившихся категорий той или иной науки. В последнее время широкое распространение получили понятия «потенциал» и «капитал» в сочетании с разными видами ресурсов или аспектами деятельности компаний. В результате исследователи выделяют несколько видов потенциалов и капиталов компании. Наиболее распространенный набор включает экономический, трудовой, инновационный, финансовый, производственный потенциалы. Перечень капиталов также разнообразен, в том числе финансовый, человеческий, организационный, интеллектуальный, инновационный, социальный, культурный, моральный и т. д. При этом устойчивый состав потенциалов и капиталов компании не сформировался. Отсутствует также представление о соотношении этих понятий и связей между ними. Между тем, решение указанных задач имеет важное методологическое значение, поскольку потенциал и капитал отражают состояние ресурсов компании.

Как справедливо отметил Ташев А.К., статья которого также опубликована в этом номере журнала, причина неопределенности состоит в рассмотрении исследователями сущности потенциала и капитала по отдельности, избегая пересечений. Желание исследовать природу и соотношение этих понятий обусловило необходимость проведения сравнительного анализа литературных источников и собственных размышлений. Представляем результат этих изысканий.

Понятие «потенциал» имеет междисциплинарный характер, что объясняет широкую палитру толкований его сущности. Формат статьи не позволяет представить подборку определений, но с

ней можно ознакомиться в ранее опубликованной работе [1]. Систематизация дает возможность выделить несколько подходов:

- потенциал как совокупность ресурсов для осуществления какой-либо деятельности;
- потенциал как возможности и условия осуществления деятельности;
- потенциал как максимальный предел возможностей;
- потенциал как способность и готовность к осуществлению деятельности;
- потенциал как система взаимодействующих сил.

Очевидно, что каждый из подходов страдает либо упрощением природы потенциала, либо расплывчатостью представления, что требует уточнения его компонентов. В последнее время потенциал чаще всего определяют как способность системы к определенной деятельности. Представления о сущности потенциала организации также разнообразны. Приведем несколько показательных определений (табл. 1).

Исторически потенциал организации связывали с обеспеченностью ее определенными ресурсами. Отсюда возникли понятия «трудовой потенциал», «финансовый потенциал», «имущественный потенциал». Такое представление обусловило использование для исследования состояния конкретного потенциала комплекса количественных и качественных характеристик соответствующих видов ресурсов компании.

Распространение системного подхода и концепции стратегического управления повлияли на эволюцию понятия «потенциал». В результате исследователи стали рассматривать потенциал организации как интегральную характеристику ее состояния, определяющую возможности в некоторой системе координат. В связи с появлением и развитием концепции динамических способностей потенциал рассматривают как способности организации к определенной деятельности, возникающие

Некоторые подходы к определению понятия «потенциал организации»

№ п/п	Определение	Автор и источник
1	Потенциал организации – это совокупность ресурсов и источников их пополнения	Федорова Н.В. [2]
2	Потенциал организации – это ресурсы, источники пополнения, которыми располагает организация, ее связи, положение и организационная система в целом	Ефремов В.С. [3]
3	Потенциал компании – это совокупность ресурсов и возможностей, определяющих ожидаемые характеристики развития компании	Клейнер Г.Б., Тамбовцев [4]
4	Потенциал компании – это способность комплекса ресурсов решать поставленные перед компанией задачи	Тис Д. Дж., Пизано Г., Шуен Э. [5]

из комплекса ресурсов. Это мнение в настоящее время разделяется большинством исследователей менеджмента.

Определим соотношение между основными понятиями «потенциал», «ресурсы», «способности». Сравнение определений (см. табл. 1) обнаруживает, что различие между категориями «потенциал» и «ресурсы» выражается в понятии «возможность». Под возможностью обычно понимают условия, обстоятельства, необходимые для возникновения чего-либо. Следовательно, совокупность имеющихся в распоряжении ресурсов является необходимым, но недостаточным условием возникновения потенциала организации. Достаточность возникает при сочетании комплементарности, взаимодействия ресурсов и адекватности их условиям функционирования компании. Таким образом, возможность означает контекст, в котором совокупность ресурсов организации интегрируется в способности. Понятие «способности» также требует разъяснений.

В концепции динамических способностей способности определяются как алгоритмы действий по выполнению вида деятельности, а также способности по созданию, интеграции и реконфигурации этих алгоритмов [5]. Уточнение сущности

способностей, проведенное Когутом Б. и Зандером У. [6], позволяет сделать следующий вывод: способности низшего уровня – это организационные рутины, процедуры, алгоритмы действий, процессы; способности высшего уровня – это принципы создания операционных способностей, построения отношений между индивидами, внутри групп и между ними, а также между организациями.

Сформулируем собственное определение. Потенциал компании – это совокупность ее способностей в какой-либо области для достижения определенных целей, основанная на комплексе взаимозависимых и комплементарных ресурсов. Потенциал компании – это сочетание, взаимопроникновение статического и динамического начал. Статическое начало представлено комплексом имущественных, денежных, человеческих или других ресурсов, динамическое – организационными ресурсами, которые определяют направленность формирования и использования ресурсов. Иллюстрация описанного механизма формирования потенциала компании представлена на рисунке.

Толкование потенциала как способностей к определенной деятельности обосновывает существование таких категорий, как инновационный, инвестиционный, производственный, интеллектуаль-



ный и другие потенциалы компании, основу которых составляют разнородные не только по вещественному составу, но и по экономическому поведению ресурсы.

Природа любого из потенциалов компании, состоящего как из однородных, так и неоднородных ресурсов, раскрывается через свойства, которые представляются в следующем составе:

- высокий уровень интегрированности;
- направленность в будущее;
- сложность измерения и оценки;
- прогнозный характер получаемых оценок;
- отражение совокупности свойств, созданных на стадии формирования системы ресурсов.

Таким образом, потенциал, как способность к деятельности, отражает систему с учетом результатов ее развития в прошлом, настоящего состояния и возможности в будущем. Другими словами, потенциал выражает систему с позиции ее намерений, структуры предполагаемых и осуществленных действий. При этом результат предполагаемых действий в потенциале отражается не всегда.

Несмотря на сложность природы потенциала социально-экономической системы, интерес к его исследованию наблюдается как со стороны ученых, так и со стороны менеджеров. Состояние потенциала определяет текущие и перспективные задачи, в том числе выбор вариантов развития компании в будущем, оценка уровня использования ее возможностей в настоящем. Количественно оцененный потенциал применяется для выявления неиспользуемых резервов компании и разработки способов их применения.

Представления о капитале также имеют различия (табл. 2).

Несмотря на разницу формулировок, очевидно, что главной особенностью капитала как ресурса является способность приносить доход. Приведем основные признаки капитала как ресурса [11]:

- способность к накоплению;
- способность к самовоспроизводству в процессе непрерывного кругооборота форм;

– ликвидность, т. е. способность превращаться в денежную форму;

– способность приносить новую, добавочную стоимость.

Благодаря последним двум признакам капитал обобщенно определяют как самовоспроизводящуюся стоимость.

Потенциал и капитал как ресурсы обладают рядом общих для экономических ресурсов свойств: ограниченность, непосредственная связь с процессом производства продукции или услуг, воспроизводимость и способность к восстановлению. На основании приведенных выше рассуждений к этому следует добавить перечень системных свойств: синергизм, целостность, множественность описаний, структурность.

Вместе с тем, потенциал и капитал различаются по целому ряду признаков (табл. 3). Следует отметить, что в табл. 3 понятие «капитал» применяется в классическом значении (физический, финансовый капитал).

По результатам сравнительного анализа можно сделать следующие выводы. Наиболее важным отличием потенциала от капитала компании видится функциональное назначение. Оценка потенциала является необходимым условием для разработки стратегии. Оценка капитала важна для решения как текущих, так и стратегических задач.

Капитал определяется по завершении календарного или производственного цикла, имеет для компании коммерческую ценность, поэтому измеряется с помощью финансовых показателей [8]. Финансовая оценка, будучи универсальным измерителем активов, позволяет решать экономические задачи, но затрудняет решение задачи управления ресурсами, затушевывая их структуру и вклад каждой составляющей в совокупный результат. Потенциал в отличие от капитала фокусирует внимание исследователей на многообразии, структуре и взаимодействии ресурсов компании в ходе хозяйственной деятельности, вне зависимости от способности к воспроизводству и возрастанию стои-

Таблица 2

Некоторые подходы к определению понятия «капитал»

№ п/п	Определение	Автор и источник
1	Капитал – это стоимость, приносящая прибавочную стоимость в результате эксплуатации наемных рабочих капиталистами	Советский энциклопедический словарь [7]
2	Капитал – один из факторов производства, представленный всеми средствами производства, которые созданы людьми для того, чтобы с их помощью производить другие товары и услуги.	Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. [6]
3	Капитал – это все, что способно приносить доход или ресурсы, созданные людьми для производства товаров и услуг.	Райзберг Б.А. [9]
4	Капитал – экономическая категория; созданные человеком ресурсы, используемые для производства товаров и услуг и приносящие доход	Горкин А.П. [10]
5	Капитал – это ограниченный накапливаемый хозяйственный ресурс, который включен в процессы воспроизводства и возрастания стоимости путем взаимной конвертации своих разнообразных форм	Радаев В.В. [11]

Управление социально-экономическими системами

мости. Таким образом, потенциал и капитал отражают состояние ресурсов по-разному.

Далее следует решить, всегда ли хозяйственный ресурс, называемый капиталом, обладает характерными для капитала признаками. Как указано выше, к числу таких признаков относится ликвидность и способность приносить добавочную стоимость. Следовательно, наличие таких свойств у комплекса ресурсов должно идентифицировать его, как капитал. В качестве примера используем организационный капитал, который вызывает возрастающий интерес исследователей. Сначала приведем несколько показательных определений (табл. 4).

Ранее установлено [1], что организационные ресурсы, образующие фундамент организационного капитала, специфичны, а часть из них интерспецифична по отношению к компании и принадлежат ей частично. Несмотря на это, некоторые исследователи, как Гаранина Т.А. [14], однозначно

выделяют организационный капитал в автономную экономическую категорию, способную быть относительно самостоятельным объектом купли-продажи, трансформироваться в денежную форму и приносить компании добавочную стоимость. В противоположность ей Макадок Р. отмечает, что единственным способом приобретения комплекса организационных ресурсов является покупка данного бизнеса [16].

Еще одна группа ученых высказывается по этому поводу достаточно осторожно. Например, исследователи во главе с Руусом Й. [17] замечают, что организационные ресурсы могут быть проданы, но только на неэффективных рынках.

В сравнении с этим убедительный механизм влияния организационного капитала на формирование добавленной стоимости компании представлен в работе Белкина В.Н. с коллегами [15]. В ней показано, что влияние организационного капитала осуществляется путем создания системы радио-

Таблица 3

Сравнительная характеристика категорий «потенциал» и «капитал»

Признак	Потенциал	Капитал
Природа	Нематериальная	Материальная и нематериальная
Функциональное назначение	Создание условий для будущей деятельности компании, выявление неиспользуемых ресурсов	Обеспечение функционирования компании и удовлетворение интересов собственников
Способ формирования резервов соответствующих ресурсов	Недоиспользование возможности повышения эффективности управленческой деятельности	Планомерное формирование для удовлетворения дополнительной потребности компании
Оценка состояния	Прогнозная	Фактическая
Предмет измерения и оценки	Результат сочетания и взаимодействия ресурсов, необходимых для определенной деятельности	Состояние активов организации
Характеристика оценки	Ожидаемый (отложенный) результат принятых и реализуемых решений	Наличный результат реализованных решений
Точность измерения	Приблизительная	Высокая
Показатели оценки	Использование как финансовых, так и нефинансовых оценок	Финансовые
Уровень регламентированности измерения	Свободный способ измерения	Регламентированный способ измерения

Таблица 4

Подходы к определению понятия «организационный капитал»

№ п/п	Определение	Автор и источник
1	Технологии, изобретения, публикации, патенты, производственные и бизнес-процессы, стратегия, культура, структуры, системы, правила, процедуры	Стюарт Т.А. [12]
2	Процедуры, технологии, системы управления, корпоративные информационные системы, базы данных, техническое и программное обеспечение, организационные структуры, авторские права, патенты, ноу-хау, лицензии, товарные знаки, корпоративная культура, отношения с клиентами	Орлова Т.М. [13]
3	Организационный капитал – это способность компании получать экономические выгоды от использования организационных ресурсов	Гаранина Т.А. [14]
4	Организационный капитал – это система организационно-экономических отношений субъектов предприятия по поводу эффективного соединения в пространстве и времени факторов производства с целью создания и распределения добавленной стоимости	Белкин В.Н., Антонова О.А., Горбунов В.Д. [15]

нальных трудовых отношений, обеспечивающей условия для высокопроизводительной заинтересованной деятельности персонала. Тем самым указанные авторы признают невозможность непосредственной трансформации организационного капитала в денежную форму. А если это так, он не может называться капиталом.

Учитывая специфическую природу, инкорпорированный характер и опосредованное влияние организационных ресурсов на результативность компании, представить их как самостоятельный объект купли-продажи, на наш взгляд, довольно затруднительно. Следовательно, комплекс организационных ресурсов не может соответствовать понятию «капитал», поскольку как самостоятельный объект не обладает ликвидностью и способностью к созданию новой, добавочной стоимости. Подобный вывод можно сделать и по отношению к ряду других категорий, таких как «социальный капитал», «культурный капитал» и другие. Таким образом, не каждая значимая для компании группа ресурсов может называться капиталом. С точки зрения экономики капитал должен выражаться в финансовых показателях, что вызывает немалые затруднения при учете нематериальных активов, обусловленные сложностью их природы. Рассмотрение этих проблем в развернутой форме представлено в работе Просвириной И.И. [18].

Думается, что капитал – это интегрированный результат взаимодействия всех видов ресурсов компании между собой и с внешней средой в ходе хозяйственной деятельности, выраженный с помощью финансовых показателей. Выделение отдельной группы ресурсов и присвоение ей названия «капитал» должно обосновываться соответствием ее ряду общепринятых формализованных критериев. На наш взгляд, вольное использование понятия «капитал» по отношению к отдельным группам ресурсов нарушает целостность капитала как интегрированного результата компании.

Вместе с тем, следует отметить, что интеграционные процессы в науке приводят к диффузии некоторых понятий. В этом случае содержание исходного понятия зачастую трансформируется, что в полной мере относится к понятию «капитал», которое в последнее время активно используется не только в экономике, но и в социологии. Более того, в социологии наблюдаются попытки конституирования форм и состояний капитала [11]. Капитал, как социологическая категория, отражает комплекс ресурсов, имеющих объективный характер и высокую значимость для функционирования организации. В таком прочтении понятия «социальный капитал» или «культурный капитал» не вызывают вопросов.

Подводя итог, можно предположить, что понятие «капитал», как и понятие «потенциал» приобретает междисциплинарный характер. Это ставит новые методологические задачи и создает новые возможности для исследования приоритетного

для организации комплекса ресурсов. Возможностями можно назвать обоснованность применения широкого спектра нефинансовых показателей для характеристики, измерения и оценки комплексов человеческих, организационных и других ресурсов, получивших статус капиталов в научном сообществе. Однако при этом возникает проблема конвергенции понятий «потенциал» и «капитал» компании и встает вопрос о соотношении между ними.

Литература

1. Третьякова, Е.П. *Методология формирования организационного потенциала компании* / Е.П. Третьякова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2012. – 150 с.
2. Федорова, Н.Н. *Организационная структура предприятия: учебное пособие* / Н.Н. Федорова. – М.: ТК Велби, 2003. – 256 с.
3. Ефремов, В.С. *Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования* / В.С. Ефремов. – М.: Финпресс, 1998. – 191 с.
4. Клейнер, Г.Б. *Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность* / Г.Б. Клейнер, В.Л. Тамбовцев, Р.М. Качалов; под ред. С.А. Панова – М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 1997. – 286 с.
5. Тис, Д.Дж. *Динамические способности фирмы и стратегическое управление* / Д.Дж. Тис, Г. Пизано, Э. Шуен // *Вестник СПбГУ*. – 2003. – Сер. 8, вып. 4. – С. 133–183.
6. Козут, Б. *Знания фирмы, комбинационные способности и репликация технологии* / Б. Козут, У. Зандер // *Российский журнал менеджмента*. – 2004. – № 1. – С. 121–140.
7. *Советский энциклопедический словарь* / под ред. А.М. Прохорова. – М.: Советская энциклопедия, 1989. – 1632 с.
8. *Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации: учебное пособие* / под ред. А.Л. Гапоненко, Т.М. Орловой. – М.: Издательский Дом «Социальные отношения», 2003. – 184 с.
9. Райзберг, Б.А. *Современный социоэкономический словарь* / Б.А. Райзберг. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 629 с.
10. *Иллюстрированный энциклопедический словарь: малый* / сост. А.П. Горкин. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2000. – 1038 с.
11. Радаев, В.В. *Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация* // *Экономическая социология*. – 2002. – Т. 3, № 4. – С. 20–33.
12. Стюарт, Т.А. *Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций* / Т.А. Стюарт. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.
13. Орлова, Т. *Интеллектуальный капитал: понятие, сущность, виды* / Т. Орлова // *Проблемы теории и практики управления*. – 2008. – № 4. – С. 109–119.

14. Гаранина, Т.А. Нематериальные активы и интеллектуальный капитал: роль в создании ценности компании / Т.А. Гаранина // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2010. – Сер. 8. – Вып. 2. – С. 78–105.

15. Белкин, В.Н. Организационный капитал предприятия / В.Н. Белкин, О.А. Антонова, В.Д. Горбунов. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2011. – 164 с.

16. Катъкало, В.С. Эволюция теории стратегического управления / В.С. Катъкало. – СПб.:

Изд-во «Высшая школа менеджмента», Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008. – 548 с.

17. Руус, Й. Интеллектуальный капитал: практика управления / Й. Руус, С. Пайк, Л. Фернстрем. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008. – 436 с.

18. Просвирина, И.И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы / И.И. Просвирина // Финансовый менеджмент. – 2004. – № 4. – С. 103–120.

Поступила в редакцию 25 января 2013 г.

Третьякова Елена Петровна. Кандидат технических наук, доцент кафедры «Маркетинг и менеджмент», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – проектирование и анализ систем управления, организационный потенциал компании. Контактный телефон: 8(351)793-06-78, e-mail: helenT89@yandex.ru

Elena Petrovna Tretyakova. Candidate of Engineering Science, Associate Professor of Marketing and Management Department, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: design and analysis of management systems, organizational potential of the company. Contact phone number: 8(351)267-99-95, e-mail: helenT89@yandex.ru

Предпринимательская деятельность

УДК 338.46 + 659.22 + 005.572
ББК У9(2)-18

СУЩНОСТЬ КОНСАЛТИНГА И ЕГО СПЕЦИФИКА В СФЕРЕ УСЛУГ

В.В. Воложанин, О.А. Воложанина

Работа посвящена теоретическим основам развития консалтинговых услуг, сущности консалтинга, классификации видов, особенности функционирования сферы услуг. В условиях повсеместного развития консалтинговой деятельности возникает необходимость рассмотрения вопроса взаимосвязи основных экономических категорий и практической востребованности консультационной деятельности, изучению которых и посвящена работа.

Ключевые слова: сфера услуг, консалтинг, субъекты и объекты управления на рынке.

1. Сущность консалтинга

Деятельность любого предприятия определяется внешними и внутренними причинами его существования.

Внешняя причина – удовлетворение потребностей некоторых внешних субъектов (покупателей, заказчиков, органов государственной власти и т. д.).

Внутренняя причина – удовлетворение потребностей внутренних субъектов: владельцев и менеджеров бизнеса, основного персонала (личное развитие и повышение общественного статуса, получение прибыли, ощущение комфорта от работы и т. д.).

Внешняя и внутренняя причины существования бизнеса, осознанные и сформулированные его владельцами и менеджерами, в совокупности с имеющимися у них ресурсами, являются отправной точкой и основой формулирования миссии предприятия, его стратегии и тактики.

Степень удовлетворения внешних и внутренних потребностей, отражаемая различными показателями эффективности работы предприятия, характеризует успех бизнеса, является глубинным основанием его развития или краха [1].

Однако процесс определения, осознания, формулирования, достижения и последующей коррекции внутренних и внешних потребностей, удовлетворяемых деятельностью компании, объективно сложен. Современное предприятие является сложноорганизованной системой, функционирующей в условиях неопределенной и быстроменяющейся внешней среды, требующей от предприятия быстрой адаптации, постоянных изменений [2, 3, 4].

В этих условиях руководство предприятия вынуждено осуществлять постоянно три типа деятельности, требующих от них не только времени, которого всегда не хватает, но и соответствующих знаний, умений и способностей:

1) деятельность по определению и внедрению миссии, стратегии и тактики предприятия;

2) деятельность по определению и мониторингу состояния внешней и внутренней среды, разработка и осуществление соответствующих изменений в компании;

3) деятельность по текущему управлению: целенаправленное воздействие на потребляемые ресурсы для процессного получения системного продукта (продукции, работ, услуг).

Все три вида деятельности существенно отличаются не только по требованиям к тем, кто их осуществляет. Для них различен сам характер мышления (предметная или исследовательская деятельность), скорость реакций, необходимые условия работы и т. д. Каждый, кто занимался оперативным управлением и исследованиями, на собственном опыте знает и понимает эти отличия.

Настрой и переход на тот или иной тип деятельности также требует времени и затрат личных ресурсов руководителя. В результате менеджер, как правило, акцентирует свое внимание на третьем типе работы – на деятельности по текущему управлению.

Обеспечить реальное и гармоничное выполнение всех трех типов деятельности на предприятии можно следующими способами:

1) создав сложную матричную структуру в собственном бизнесе, в которой гармонично совмещены линейные и штабные (исследовательские и консультативные) функции;

2) активно используя интеллектуальные ресурсы совладельцев предприятия, не являющихся его менеджерами;

3) используя ресурсы внешних консультантов (консалтинговая компания);

4) комбинируя три приведенных выше способа.

Безусловно, принимая решение о том или ином способе организации управленческого процесса на предприятии, совладельцы и менеджеры предприятия руководствуются критерием целесообразности, соотнося ожидаемый положительный эффект и затраты. В каждом отдельном случае

Предпринимательская деятельность

ситуация специфична и диктует свои рациональные решения. Однако, как показывает практика как западных, так и отечественных предприятий, наиболее эффективен четвертый способ, гармонично сочетающий преимущества всех подходов.

Итак, в чем же, на наш взгляд, заключается сущность консалтинга?

Сущность консалтинга заключается в усилении субъекта управления предприятия внешними специализированными и профессиональными ресурсами и достижениях за счет этого рационального баланса между линейными (оперативно-управленческими) и штабными (исследовательскими и преобразующими) функциями управления.

Или иначе:

Временное усиление системы управления предприятием при решении некоторых значимых проблем за счет привлечения квалифицированных неангажированных специалистов, способных посмотреть на данные проблемы со стороны и с учетом опыта решения подобных проблем другими предприятиями.

2. Классификация консалтинга

Консалтинг, на наш взгляд, наиболее полно можно классифицировать по следующим признакам:

- а) по степени участия консультантов в процессе управления;
- б) по сфере приложения усилий;
- в) по отрасли материального (нематериального) производства.

По степени участия консультантов в процессе управления консалтинг можно описать следующими основными вариативными «цепочками деятельности», отражающими степень участия консультанта в процессе управления и выполняемые им при этом функции:

- 1) анализ, выводы и предложения: штабные локальные рекомендательные полномочия (рис. 1);
- 2) анализ, выводы и предложения: штабные

комплексные рекомендательные полномочия (рис. 2);

3) анализ, выводы, предложения и обеспечение их внедрения: штабные комплексные полномочия (режим обязательных согласований) (рис. 3);

4) анализ, выводы, предложения и обеспечение их внедрения: штабные комплексные полномочия (режим параллельных и функциональных полномочий) (рис. 4);

5) частичное или полное выполнение функций субъекта управления в течение определенного времени для выполнения определенных задач: штабные (функциональные) и линейные комплексные полномочия (рис. 5).

Очевидно, что наиболее сложным видом консалтинговой деятельности, требующим не только ресурсов консультанта, но и способности и опыт предпринимателя, является пятый вид. При его осуществлении, фактически, на определенное время стирается грань между руководством предприятия и консультантами.

В условиях реального предприятия выбор той или иной степени участия консультанта в процессе управления определяется реальными потребностями предприятия, соображениями целесообразности и эффективности.

По сфере приложения усилий консультантов можно говорить о двух основных аспектах:

- о предметной направленности проектов;
- о функциональной направленности проектов.

Во втором аспекте можно выделить следующие направления деятельности:

1. Общий и специальный аудит.
2. Оценочная деятельность.
3. Информационные технологии.
4. Услуги в области финансового управления.
5. Услуги в области стратегического планирования и организационного развития.
6. Юридический консалтинг в области хозяйственного права.

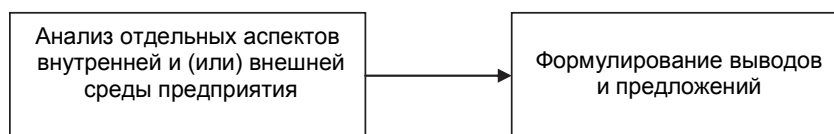


Рис. 1

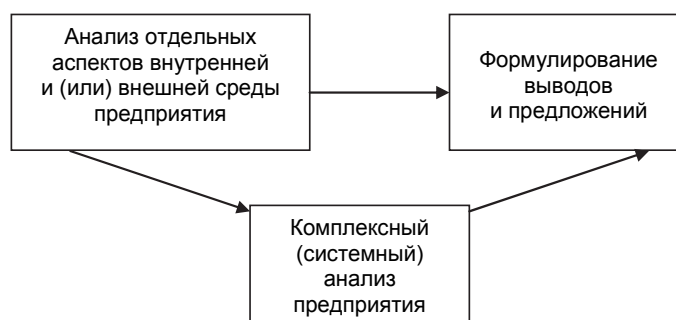


Рис. 2

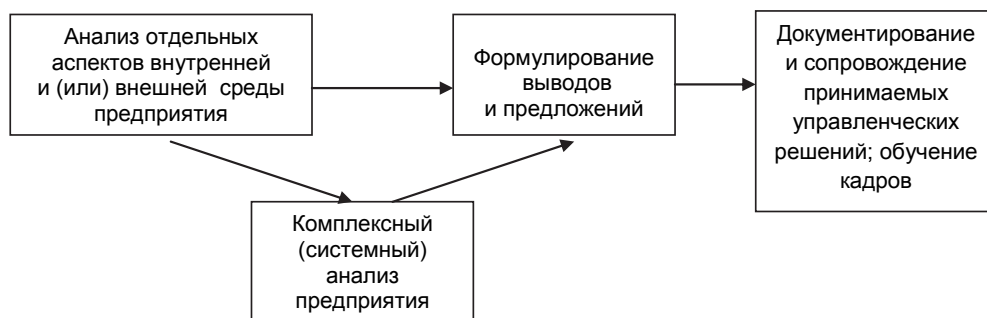


Рис. 3

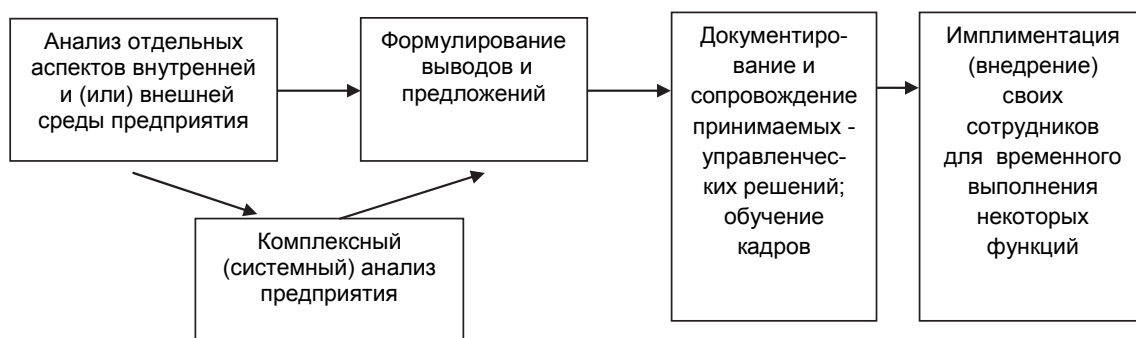


Рис. 4

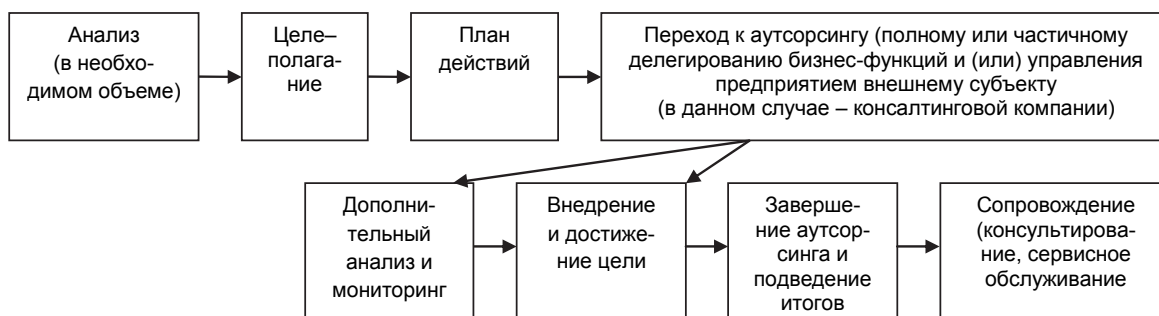


Рис. 5

7. Консалтинг в области организации производства товаров и услуг.

8. Консалтинг в области маркетинга и связей с общественностью.

9. Консалтинг в области управления персоналом и его подбора.

10. Консалтинг госуправления.

По отрасли материального (нематериального) производства можно выделить следующие специфические компетенции консалтинговых компаний, соответствующие отдельным отраслям или их группам:

1. Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность.
2. Легкая промышленность.
3. Машиностроение и металлообработка.
4. Нефтяная и нефтегазовая промышленность.
5. Пищевая промышленность.
6. Промышленность строительных материалов.
7. Сельское хозяйство.

8. Строительство.

9. Угольная промышленность.

10. Фармацевтика.

11. Химическая и нефтехимическая промышленность.

12. Metallургия.

13. Электроэнергетика.

14. Торговля.

15. Транспорт.

16. Медицина.

17. Связь.

18. Банки.

19. Страховые компании.

20. Инвестиционные институты.

21. Политика.

22. Безопасность.

Применение последних двух классификации полезно:

– при оценке позиционирования той или иной консалтинговой фирмы;

Предпринимательская деятельность

– при определении своих потребностей как потенциального Заказчика;

– при предварительном выборе консалтинговой компании для выполнения тех или иных работ.

3. Специфика консалтинга в сфере услуг

Любое предприятие можно определить как бизнес-процесс и систему отношений по его поводу. При этом содержание бизнес-процесса определяется используемой технологией, понимаемой как способ преобразования исходных ресурсов в системный продукт, а также спецификой их носителей.

Сущностная специфика предприятий сферы услуг заключается в том, что основным объектом технологических преобразований в их деятельности являются люди, и носителями технологии также являются люди. В отличие, например, от промышленности, где технология в основном определяется основными фондами, а объектом преобразования являются, в основном, материальные ресурсы.

Названная базовая особенность бизнеса в сфере услуг определяет и специфику консалтинга в этой области: преимущественный акцент на консалтинговые продукты полного цикла; а также на консалтинговые продукты, уменьшающие субъективный характер технологий сферы услуг, создающие «квази-основные фонды»; примером этого является создание стандартов предприятий сферы услуг, стандартов его бизнес-процессов и т. д.

В целом следует сказать, что, во-первых, потребность в консалтинге предприятий сферы услуг, в силу заявленных причин, несколько выше, чем у предприятий иного профиля.

И во-вторых, в современных условиях «экономики знаний» и развития новых технологических укладов, происходят очень серьезные сдвиги технологий бизнеса практически во всех отраслях народного хозяйства, приводящие к обнаружению существенных признаков сферы услуг в прежде совершенно не характерных областях. Но это тема отдельной статьи.

Литература

1. Воложанин, В.В. Оценка выбора стратегии развития социально-экономической системы на основе квантово-механической методологии с учетом уровня энтропии внешней среды / В.В. Воложанин А.А. Маннанов, О.А. Воложанина // *Экономические науки*. – 2010. – № 62. – С. 455–461.

2. Салимоненко, Е.Н. Организационно-экономическое обеспечение тарифов на услуги населению (на примере энергетического рынка) / Е.Н. Салимоненко, А.В. Карпушикина, О.А. Воложанина // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент»*. – 2012. – Вып. 24. – № 44(303). – С. 80–83.

3. Шиндина, Т.А. Особенности договорных отношений в строительном комплексе / Т.А. Шиндина // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Рынок: теория и практика»*. – 2006. – Вып. 4. – № 15(70). – С. 138–143.

4. Шиндина, Т.А. О путях повышения эффективности деятельности строительного комплекса России / Т.А. Шиндина // *Известия вузов. Серия «Строительство»*. – Новосибирск, 2007. – № 7. – С. 64–69.

Поступила в редакцию 4 февраля 2013 г.

Воложанин Владимир Владимирович. Доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика, управление и инвестиции», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), руководитель челябинского отделения Российской академии геополитики. Область интересов – рыночные особенности функционирования предприятий в России, развитие сектора экономических консультаций, финансовый менеджмент. Тел. (351) 267-92-80.

Vladimir Vladimirovich Volozhanin. Doctor of Science (Economics), professor of Economics, Management and Investment Department, South Ural State University (Chelyabinsk), the head of the Chelyabinsk branch of the Russian Academy of Geopolitics. Research interests: market features of functioning of enterprises in Russia, the development of the sector of economic consulting, financial management. Tel. (351) 267-92-80.

Воложанина Оксана Александровна. Доктор экономических наук, доцент кафедры «Экономика, управление и инвестиции», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – теория развития и управления промышленных предприятий. Контактный телефон: (351) 792-92-80.

Oksana Aleksandrovna Volozhanina. Doctor of Science (Economics), Associate Professor of Economy, Management and Investment Department, South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: the theory of development and management of industrial enterprises. Contact phone number: (351) 792-92-80.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Е.В. Гусев, Е.А. Угрюмов, И.Г. Шепелев

Статья посвящена уточнению сущности понятия «конкурентоспособность строительных организаций». Проанализированы основные подходы к определению конкурентоспособности предприятия, выявлены недостатки существующих определений, дается авторское определение понятию конкурентоспособности предприятия. Обоснованы необходимые предпосылки для решения одной из наиболее злободневных проблем развития российских предприятий и организаций – повышение конкурентоспособности в сложнейших условиях хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: сущность, определение, конкурентоспособность, строительство, предприятие, организация.

В экономической теории особое место занимает категория «конкуренция». Она имеет множество определений, которые по-разному характеризуют степень ее влияния на экономическую жизнь общества. До недавнего времени российские исследователи и руководители крупных производств не предавали ей особого значения. Тем не менее, с переходом к рыночной экономике, решение этой проблемы становится все более актуальным.

Анализ существующих понятий конкуренции и конкурентоспособности строительных предприятий

На сегодняшний день вопрос конкуренции – главная проблема современной рыночной экономики. Именно поэтому возникает необходимость в поиске и разработке новых методических подходов к совершенствованию механизма конкуренции организаций, занимающихся различными сферами производственной деятельности, и строительных предприятий в частности. Требуется выработать новые научные подходы к выявлению и обоснованию показателей, стратегий, методов анализа и оценки конкурентоспособности строительных предприятий. Помимо этого, необходимо разработать и реализовать эффективный механизм повышения конкурентоспособности застройщиков и подрядчиков и выпускаемой ими строительной продукции (жилья) на основе применения передового зарубежного и отечественного опыта.

Повышенный интерес российских исследователей к проблеме теории и практики конкуренции обусловлен следующими факторами:

1. Конкуренция в условиях рыночной экономики является важной составляющей экономики России, ее производственных отраслей и претендует на роль основного фактора ее экономического роста и экономической безопасности.

2. Повышение уровня конкурентоспособности – одна из важнейших задач российской экономики.

П. Самуэльсон определил, что «...конкурентная система – сложный механизм непроизвольной координации, действующий через систе-

му цен и рынков, механизм связи, служащий для объединения знаний и действий рыночных индивидов» [1].

В исследованиях М. Портера конкуренцией является «... структура и развитие экономики и способы, которыми компании достигают конкурентного преимущества» [2].

В отечественной литературе встречаются следующие понятия конкуренции между производителями: «Тип взаимоотношений между производителями, характеризующий установление цены и объема предложения товара на рынке». Аналогично определяется конкуренция между потребителями: «Тип взаимоотношений между потребителями, характеризующий формирование цены и объема спроса на товар»; «Конкуренция – это столкновение интересов однородных партнеров (участников)» [3].

Таким образом, вышеуказанные определения конкуренции между предприятиями неоднозначны по своему содержанию. Также это проявляется в наличии неоднозначности содержания взаимосвязанных понятий – «конкуренция» и «конкурентоспособность фирмы». Поэтому будет произведен более детальный анализ содержательности этих понятий.

Анализ содержательности понятия «конкуренция»

В настоящее время существуют различные трактовки понятия «конкуренция»:

1. Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»: состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке.

2. Словарь рыночной экономики: экономическое соперничество обособленных товаропроизводителей за долю рынка и прибыли, получение конкретного заказа, достижение иной цели, выгоды [4].

3. Экономическая энциклопедия: противоборство, соперничество между производителями то-

Предпринимательская деятельность

варов и услуг за возможность увеличения прибыли. Сосуществование на рынке множества производителей (продавцов) и покупателей и возможность их свободного входа на рынок и выхода из него. Важный стимул (двигатель) развития цивилизованного рынка [5].

4. Словарь делового человека: состязательность на рынке товаропроизводителей [6].

5. Толковый словарь для работы в рыночной экономике: закон товарного производства, отражающий механизм соперничества товаропроизводителей [7].

6. Коммерческий словарь: соперничество на рынке между производителями товаров и услуг за долю рынка, получение максимальной прибыли, достижение целей [8].

7. Толковый юридический словарь бизнесмена: соперничество между отдельными производителями или поставщиками товаров и услуг за наиболее выгодные условия производства и сбыта [9].

Приведенные определения отражают внутреннюю сущность явления конкуренции, описывают его как категорию экономической теории.

Конкуренция способствует постоянному обновлению и усовершенствованию продукции предприятий, формирует современную форму хозяйствования, развивает научно-технический прогресс.

Анализ разновидностей характеристик понятия «конкуренция» отражает многогранность экономического соперничества предприятий за получение прибыли, долю рынка, условия приложения капитала, за наиболее выгодные условия производства и сбыта и иные достижения своих целей и намечаемых выгод.

Выявленная неоднозначность понятий «конкуренция» распространяется и на содержательность понятия «конкурентоспособность», которому также свойственны свои особые отличительные характеристики.

Анализ содержательности понятия «конкурентоспособность»

В литературе встречаются следующие определения «конкурентоспособности»:

1. Большой экономический словарь: свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [10].

2. Словарь рыночной экономики: способность противостоять конкурентам на рынке товаров, услуг, проектных и подрядных работ, технологий. Достигается качеством продукции и услуг, современным сервисным обслуживанием [4].

3. Словарь делового человека: способность осуществлять свою деятельность в условиях рыночных отношений и получать при этом прибыль, достаточную для совершенствования производства, стимулирования работников и поддержания на высоком качественном уровне [6].

Конкурентоспособность продукции характеризуется основными потребительскими и товарными качествами, ценность которых определяется экспертным, либо объективным способом. Несмотря на то, что конкуренция предприятий на рынке определяется конкуренцией самой продукции, их необходимо рассматривать в совокупности.

Основные принципиальные отличия понятий «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентоспособность продукции» заключается в следующем: первое понятие применяется, как правило, к длительному периоду; субъектами оценки могут выступать как потребитель, так и производитель.

Конкурентоспособность предприятия – величина, определяемая экспертными и расчетными методами, поддающаяся количественной оценке.

Конкурентоспособность предприятия во многом зависит от эффективности менеджмента.

Что же касается строительной отрасли, необходимо отметить, что устоявшееся определение конкурентоспособности строительного предприятия как экономической категории до сих пор не сформировано. Ввиду принципиальных отличий экономической природы строительной продукции и продукции других отраслей, не представляется возможным механический перенос теории и методов оценки конкурентоспособности одной сферы на другую.

Определение конкурентоспособности строительного предприятия требует учета специфики производимой продукции. Так как строительная продукция характеризуется длительным жизненным циклом, обусловленным долгим сроком службы, а обеспечить ее конкурентоспособность необходимо в стратегическом плане, то длительный жизненный цикл для строительной отрасли является несущественным. В стратегическом плане производитель оценивает конкурентоспособность продукции в зависимости от характеризующих ее параметров.

Таким образом, главное отличие конкурентоспособности предприятия от конкурентоспособности продукции заключается в количестве показателей, определяющих и дополняющих конкурентоспособность предприятия. При этом ключевая цель оценки – определение слабых сторон производственно-хозяйственной деятельности и разработка мер по их повышению.

Понятие «конкурентоспособности строительного предприятия» необходимо рассматривать в совокупности с основной целью его деятельности – это реализация инвестиционных проектов. Оценить конкурентоспособность можно путем сравнения собственного предприятия с конкурентом по различным обобщающим показателям функционирования. Но сделать это не всегда возможно, так как возникают трудности с получением информации и недостаточно корректным применением методики этой оценки.

Если рассматривать конкурентоспособность как степень реализации экономической стратегии фирмы, то это позволяет выявить динамику конкурентоспособности на основании анализа технико-экономических показателей производственно-хозяйственной деятельности. При этом данная система оценочных методов должна отражать складывающуюся конкретную экономическую ситуацию, вырабатывать необходимые рекомендации и прогнозировать деятельность и развитие предприятия.

Различные понятия конкурентоспособности организации, отраженные в отечественной экономической литературе, основаны на различных ключевых признаках обеспеченности предприятия конкурентными преимуществами, характеризующими качество товара (услуги, проектных и подрядных работ, технологий), способность предприятия функционировать в конкурентной среде и получать достаточный размер прибыли, необходимой при совершенствовании производства, стимулировании работников, поддержании высокого качества производимого товара.

На основании этого можно сделать вывод о том, что ведущими признаками конкурентного преимущества коммерческих организаций, выделяемыми в отечественной экономической литературе, являются базовые признаки, реализующие механизм конкуренции: это качество товара, способность предприятия функционировать на рынке и получать прибыль.

Стоит отметить, что конкурентное преимущество фирмы рассматривается зарубежными исследователями как основа стратегии фирмы, потому что конкурентное преимущество обусловлено успешной идентификацией рынка или рыночной ниши, получив при этом ценовые преимущества, либо достижения меньшего уровня издержек, чем у соперников.

В связи с этим зарубежными исследователями в области менеджмента выделяются следующие составные элементы механизма обеспечения конкурентного преимущества фирмы:

- идентификация рынка или рыночной ниши, определяющей выгодное положение фирмы (преобладание на рынке) и получение преимущества в цене (ценовое преимущество товара либо услуги; потребитель может согласиться на небольшое увеличение цены за высокое качество товаров и услуг при аналогичных производственных издержках);
- использование прогрессивных технологий производства;
- эффективная и качественная работа сотрудников фирмы.

Подводя итог выполненному сравнительному анализу содержательности понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность», можно сделать следующие выводы:

1. Экономическая теория и менеджмент по-разному трактуют понятие «конкуренции». Их

определения не противоречат, а скорее дополняют друг друга. Несмотря на это, данные понятия нельзя признать достаточными, потому как конкуренция имеет следующие признаки:

- выступает в роли основного признака конкурентного рынка;
- является отражением внешнего воздействия на деятельность предприятия, а также формирует условия проявления его конкурентных преимуществ на рынке;
- характеризует воспроизводство технических, технологических, экономических и эксплуатационных параметров товара, либо услуги на всех стадиях его проектирования, производства, реализации и послепродажной эксплуатации;
- удовлетворяет желания потребителей, адаптирует организации к требованиям рынка, уровню качества товаров и услуг, эффективно использует применяемые ресурсы;
- отражает экономическую борьбу производителей товаров и услуг за долю рынка и прибыль, получение конкурентных заказов, наиболее выгодных условий приложения капитала, доступ к источникам сырья и т. д.

2. Сравнительный анализ альтернативных условий достижения предприятиями конкурентного преимущества, рассматриваемых российскими и зарубежными исследователями, схожи в производственно-экономическом подходе, но имеют различия в применении маркетингового подхода.

3. В нашем случае представляется целесообразным учет параметров конкурентоспособности в более развернутом виде. Так, конкурентоспособность строительной продукции обуславливается конкурентоспособностью строительного производства. В свою очередь, конкурентоспособность производства обуславливается уровнем организации строительного производства, которая характеризуется следующими организационно-техническими показателями: механовооруженность, энерговооруженность, уровень ритмичности производства работ, уровень использования основных производственных фондов, коэффициент текучести кадров, равномерность и непрерывность использования ресурсов. Особое направление обеспечения конкурентоспособности строительного предприятия заключается в реализации преимущественного получения заказов путем выигрыша тендерных торгов (учитывая ценовое преимущество и преимущество в снижении издержек). Реализация данного преимущества увеличивает возможность реализации преимущества строительного предприятия в загрузке своих производственных мощностей.

4. В результате проведенного сравнительного анализа содержательности понятия «конкуренция» было выявлено, что конкуренция – сложное экономическое явление, по-разному описываемое в справочной, законодательной и экономической литературе. Во многом это обуславливается тем,

Предпринимательская деятельность

что здоровая конкуренция строительных предприятий выступает как движущая сила развития экономики строительных организаций и экономики страны в целом. Конкуренция – главный инструмент экономии ресурсов, так как стимулирует их эффективное использование. Она повышает качество строительной продукции и, как следствие, уровень жизни населения.

Тем не менее, различия в определении понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» говорят о до сих пор нерешенной проблеме, заключающейся в рациональном управлении процесса повышения уровня конкуренции на внутреннем рынке России. Именно поэтому исследование механизма проявления конкуренции и конкурентоспособности организации, условий и направления повышения конкурентоспособности строительных предприятий становится все более актуальным.

5. По мнению зарубежных исследователей, решением проблемы конкурентоспособности коммерческих предприятий является эффективная реализация конкурентной стратегии, позволяющей получать конкурентные преимущества.

6. Условия проявления процессов конкуренции и конкурентоспособности коммерческих предприятий, отраженные в экономической теории и менеджменте, обосновывают выявление общих и отличительных особенностей решения проблемы конкуренции в деятельности строительных предприятий России.

Авторами предлагается следующее определение понятия «конкурентоспособность строитель-

ного предприятия» – совокупность свойств строительного предприятия, определяющая условия успешного существования на строительном рынке, снижая издержки и повышая качество построенного жилья.

Литература

1. Самуэльсон, П.А. Экономика / П.А. Самуэльсон. – М.: Наука, 1993. – Т. 1. – С. 54.
2. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – СПб: Вильямс, 2001. – 495 с.
3. Азоев, Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
4. Калашиников, В.А. Словарь рыночной экономики / В.А. Калашиников. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1993. – 53 с.
5. Райзберг, Б.Л. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 496 с.
6. Словарь делового человека / под ред. В.Ф. Халипова. – М.: Фирма «Интерпракс», 1994. – 171 с.
7. Толковый словарь для работы в рыночной экономике / сост. Д.Е. Лисон. – М.: Учебно-методический центр «Надежда», 1992. – 47 с.
8. Коммерческий словарь / под общ. ред. А.Н. Азриэляна. – М.: Фонд «Правовая культура», 1992. – 320 с.
9. Баскакова, М.А. Толковый юридический словарь: бизнес и право / М.А. Баскакова. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 682 с.
10. Борисов, А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 1999. – 895 с.

Поступила в редакцию 5 января 2013 г.

Гусев Евгений Васильевич. Доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика, управление и инвестиции», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – экономика, анализ, организация и планирование строительной деятельности, управление в строительстве. Контактный телефон: (8-351) 267-92-80, e-mail: gusev@eu.susu.ac.ru.

Evgeny Vasilievich Gusev. Doctor of Science (Engineering), professor, head of Economics, Management and Investment Department, South Ural State University, Chelyabinsk (Russia). Research interests: economics, analysis, organization and planning of building activity, management in construction engineering. Contact phone number: (8-351) 267-92-80, e-mail: gusev@eu.susu.ac.ru.

Угрюмов Евгений Александрович. Ассистент, соискатель кафедры «Экономика, управление и инвестиции», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – экономика, анализ, организация и планирование строительной деятельности, управление в строительстве. Контактный телефон: (8-912) 806-99-99, e-mail: eugene74@mail.ru.

Evgeny Alexandrovich Ugryumov, teaching assistant, a degree-seeking student of Economics, Management and Investment Department, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: economics, analysis, organization and planning of building activity, management in construction engineering. Contact phone number: (8-912) 806-99-99, e-mail: eugene74@mail.ru.

Шепелев Иван Георгиевич. Доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика, управление и инвестиции», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – экономика, анализ, организация и планирование строительной деятельности, управление в строительстве. Контактный телефон: (8-351) 267-92-80.

Ivan Georgievich Shepelev. Doctor of Science (Economics), professor of Economy, Management and Investment Department, South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: economics, analysis, organization and planning of building activity, management in the construction engineering. Contact phone number: (8-351) 267-92-80.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТНЫХ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

А.В. Карпушкина

Изложено авторское представление формализованного институционального регулирования взаимодействия властных и предпринимательских структур, объектом которого выступает социально ответственное поведение бизнеса.

Ключевые слова: институты, институциональное регулирование, социально ответственное поведение бизнеса.

В современной экономической науке уже не вызывает споров утверждение, что любой вид экономической деятельности институционализирован, т. е. осуществляется в рамках совокупности правил и ограничений. Институциональная теория, несмотря на свой относительно молодой «возраст», уже внесла существенный вклад в развитие экономических знаний и имеет принципиальные методологические отличия от господствующих в теории экономики неоклассических традиций «мейнстрима», что позволило ей обрести статус самостоятельного направления экономической мысли. В отечественной экономической науке идеи и концепции современного неинституционального анализа получили широкое признание. Отечественные исследователи успешно применяют его при анализе многих проблем, с которыми сталкивалась и продолжает сталкиваться российская экономика. Здесь достаточно назвать работы, имеющие как методологическую направленность, так и раскрывающие прикладные аспекты в наиболее значимых функциональных сферах, а именно труды А.А. Аузана, А.А. Блохина, В.А. Волконского, В.П. Гутника, И.В. Даниловой, М.А. Дерябиной, А.А. Дынкина, Р.И. Капелюшниковой, Ю.Б. Кочеврина, Я. И. Кузьминова, В.И. Маевского, В.А. Мау, В.А. Найшуля, А.Д. Некипелова, А.Н. Нестеренко, Р.М. Нуреева, А.Н. Олейника, Я.Ш. Паппэ, В.М. Полтеровича, В.В. Попова, О.С. Сухарева, В.Л. Тамбовцева, А.Е. Шаститко, А.А. Яковлева. Как правило, российские исследователи используют инструментарий институциональной теории при анализе процессов трансформации экономики России: прав собственности, формирования рыночных институтов, отраслевых и экономико-правовых проблем.

Базовой категорией институциональной теории является понятие «института», дефиниции которого весьма различны. Подход к институтам как правилам (наиболее распространённый среди представителей неинституционализма) основывается на идеях В. Хоффелда и на поздних идеях Дж. Коммонса. Именно такого рода определение институтам дано Д. Нортон: «Институты включают в себя как формальные правила и нефор-

мальные ограничения (общепризнанные нормы поведения, достигнутые соглашения, внутренние ограничения деятельности), так и определённые характеристики принуждения к выполнению тех и других» [1]. В трудах отечественных экономистов господствует подход к институтам как правилам, регулирующим взаимодействие экономических субъектов [2, 3, 4]. В целом, определения институтов российскими авторами можно свести к конкретизации неформальных и формальных практик взаимоотношений субъектов: отсюда деление институтов на неформальные (привычки, психологические установки, обычаи, традиции, неформальные контракты) и формальные (фиксированные правовые нормы взаимоотношений субъектов (законы, положения, процедуры, формальные контракты и т. д.), формы организации экономической деятельности – рынки, фирмы, государственные организации) институты. Автор данной статьи считает, что разработка, корректировка, дополнение, введение институтов, обеспечивающих своевременность, комплексность и непротиворечивость согласования и реализации интересов при взаимодействии экономических субъектов в целях обеспечения устойчивости и развития экономики и представляет собой в общем виде институциональное регулирование. В связи с этим институты понимаются автором как инструменты регулирования отношений экономических субъектов, их предметных областей, сфер и уровней реализации. Отсюда базовым является трактовка института как явления, характеризующегося комплексом атрибутивных признаков, которые включают:

а) правила – общепризнанные и защищенные предписаниями запреты или разрешения на определенные виды действий индивида/ группы людей;

б) процедуры – порядок и последовательность действий, направленных на решение конкретной задачи;

в) санкции – меры принудительного репрессивного, компенсационного, предупредительного воздействия за нарушение порядка;

Предпринимательская деятельность

г) организационные единицы – субъекты, создающие правила, осуществляющие процедуры, контроль и санкции;

д) институциональные нормы – виды документов/нормативных актов, закрепляющие правила, процедуры, санкции и организационные единицы.

Взаимодействие властных и предпринимательских структур также институционально оформлено, т. е. предполагает создание институтов как устойчивых правил, процедур, норм, организационных единиц, регламентирующих отношения бизнеса и власти в различных сферах экономической деятельности. Не вызывает сомнений наличие формальных институтов, регулирующих отношения бизнеса и властных структур в различных сферах экономической деятельности, в первую очередь, в таких общественно значимых отраслях экономики, как электроэнергетика, транспорт, здравоохранение, образование. Однако в данной статье наше внимание будет сконцентрировано на так называемых формализованных институтах, которые, регулируя отношения экономических субъектов на основе разработанных правил и процедур, закреплённых в институциональных нормах, не предполагают санкции за их нарушения.

Наиболее очевидным примером объекта такого институционального регулирования, на наш взгляд, является социально ответственное поведение бизнеса. В целом о неформальном характере собственно социально ответственного поведения бизнеса свидетельствует как достаточно длительная история развития, которое носило своего рода спонтанный характер, так и отсутствие его фиксации как определённой нормы со стороны государства, предполагающей детализацию содержания нормы, обозначение её гарантов, перечня санкций в случае отклонения субъектов от заданного поведения и т. д., т. е. всего того, что сопровождает существование формальных институтов.

В многочисленных дефинициях социально ответственного поведения бизнеса подчёркивается, во-первых, добровольность подобной деятельности, во-вторых, её нацеленность на достижение экономического и социального эффектов. Так, согласно определению Ассоциации Менеджеров, которая одной из первых попыталась представить систематизированную эмпирическую картину социальной ответственности российского бизнеса, корпоративная социальная ответственность – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определённого законом минимума [5]. В последнее время появляются работы, пытающиеся обосновать концептуальные основы «социаль-

ной ответственности бизнеса как системы, закономерно обеспечивающей повышение эффективности общественного воспроизводства и конкурентоспособности национальной экономики на принципиально иной, инновационной основе, базовым механизмом реализации которой являются инвестиции в человеческое развитие» [6, 7].

Существуют и разные точки зрения на формы реализации социальной ответственности бизнеса. Чаще всего в качестве таковых называются благотворительность, спонсорство и социальное инвестирование. Хотя переход к постиндустриальной экономике влечёт за собой и расширение форм реализации социальной ответственности бизнеса, которые в последнее десятилетие пополнились так называемой венчурной филантропией и социальным предпринимательством [8, 9].

Значительным является число работ, в той или иной степени затрагивающих вопросы методических приёмов оценки социальной ответственности бизнеса. Необходимо отметить, что направленность российских исследований в этой области во многом основывается на существующей «западной» практике, предлагающей в качестве методов оценки социальных программ бизнеса метод тройного итога, метод сбалансированной карты оценки, метод Лондонской группы сравнительного анализа, метод расчета корпоративной благотворительности и т. д. Значимость КСО, как влияющей на стратегию и деятельность деловых кругов во всем мире, безусловно признана ООН. В этой связи ЮНИДО (один из органов ООН, организация по промышленному развитию, оказывающая содействие в индустриализации развивающихся стран) разработала методологию, которая называется «Программа оценки социальной ответственности предпринимателей (REAP)». Причем в большинстве случаев речь ведётся именно об оценке уровня социальных инвестиций как показателя социально ответственного поведения бизнеса. Это и понятно, поскольку оценка эффективности КСО представляет собой существенную проблему, так как напрямую связана не только с экономическим, но и социальным эффектом. Отсюда и многочисленные теоретические споры по поводу того, должны ли компании тратить на что-либо помимо непосредственной деятельности и в каком объёме, насколько такого рода деятельность экономически оправданна. Широко известно категоричное высказывание М. Фридмана в знаменитой статье «Социальная ответственность бизнеса состоит в увеличении прибыли», опубликованной в *New York Times*: «Немногие тенденции способны столь же сильно подорвать основы свободного общества, как принятие руководителями корпораций другой социальной ответственности, кроме обязанности зарабатывать как можно больше денег, для своих акционеров. Это принципиально

вредная доктрина». Однако современная практика ведения бизнеса такова, что компании в той или иной степени проявляют признаки социально ответственного поведения. Лидеры ведущих мировых компаний осознали, что процветание их бизнеса напрямую зависит от благополучия местного сообщества. И в этом смысле КСО напрямую корреспондирует с концепцией социально-этичного маркетинга. Кроме того, социально ответственное поведение бизнеса возникло как прагматичная реакция на неотложные потребности. К компаниям обращаются с просьбой заняться определенными проблемами и участвовать в их решении (даже обеспечить общественные блага), поскольку правительства или местные власти не смогли или не захотели этим заниматься. В ситуации отсутствия средств в местных бюджетах и гигантского количества градообразующих предприятий бизнес вынужден брать на себя решение целого ряда социальных проблем с тем, чтобы не допустить возникновения для себя ещё более значительных издержек.

Российские объединения предпринимателей также не обходят своим вниманием тему КСО. РСПП была разработана и в 2004 году одобрена XIV Съездом союза «Социальная хартия российского бизнеса». В её новой редакции 2007 года подчёркивается, что «как часть глобального бизнеса российский бизнес подтверждает Социальной хартией приверженность принятому в мировой практике пониманию корпоративной ответственности. Хартия представляет собой своего рода стандарт ответственного поведения бизнеса для российских компаний. Социальная хартия российского бизнеса официально признана национальным документом, соответствующим Глобальному Договору ООН» [10].

Необходимо отметить, что и российские властные структуры на региональном уровне, действуя, как правило, совместно с представителями бизнеса, внедряют в практику различного рода программы и конкурсы, чьими задачами является стимулирование социально ответственного бизнеса. Такого рода практика существует в Пермском крае, Новосибирской, Саратовской, Челябинской областях. Наверное, этот перечень может быть продолжен. Приведенные примеры обусловлены лишь знанием автора методик, применяемых в данных регионах для оценки уровня социально ответственного поведения бизнеса.

Таким образом, к основным причинам, вызвавшим к жизни социально ответственное поведение бизнеса, и обусловившим его развитие, на наш взгляд, относятся следующие: во-первых, перед бизнесом может встать необходимость сглаживания экстерналий рынка в условиях неспособности государства сделать это по тем или иным причинам, и тем самым снизить собственные транзакционные издержки; во-вторых, пони-

мание бизнесом того, что собственное благополучие и стабильность деятельности определяются стабильностью внутренней и внешней экономической и социальной среды, в которых он функционирует; и, в-третьих, стремление «обеспечить» себя более качественными ресурсами труда, а именно – «человеческим капиталом». Все вышеперечисленные причины во многом взаимообуславливают друг друга и позволяют охарактеризовать цель такого поведения как повышение производственной эффективности и перераспределение экономических возможностей. В настоящий момент времени наблюдаются попытки институционального регулирования социально ответственного поведения и собственно со стороны организаций работодателей, и со стороны общественных организаций, и, конечно же, государства. Первые стремятся закрепить формы социально ответственного поведения в различных кодексах и хартиях, демонстрируют свои социальные расходы, публикуя нефинансовую отчетность. Вторые, обосновывая социальную значимость подобных действий и предлагая им критериальные оценки, формируют необходимость и обязательность социально ответственного поведения бизнеса в глазах общества. А властные структуры, используя инструменты институционального регулирования (правила и процедуры, нацеленные на выявление и поощрение социально ответственных компаний), стремятся стимулировать такого рода поведение бизнеса.

Литература

1. Норт, Д. Институциональные изменения: рамки анализа / Д. Норт // *Вопросы экономики*. – 1997. – № 3. – С. 7.
2. Клейнер, Г.Б. Институциональные изменения: проектирование, селекция или протезирование? / Г.Б. Клейнер // *Постсоветский институционализм / под ред. Р.М. Нуреева, В.В. Деметьева*. – Донецк: Каштан, 2005. – С. 410.
3. Шаститко, А.Е. Институциональная среда хозяйствования в России: основные характеристики. [Электронный ресурс] / А.Е. Шаститко. – <http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2007/03/.../028Shastitko.pdf>. (дата обращения 25.06.2012).
4. Шиндина, Т.А. Влияние финансового кризиса на рынок рекламы и предпринимательство / Т.А. Шиндина, И.С. Карабанова // *Вестник Университета*. – 2010. – № 8. – С. 79–81.
5. Доклад о социальных инвестициях в России в 2004 г. Роль бизнеса в общественном развитии / Ассоциация менеджеров. – М., 2004.
6. Данилова, О.В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночного хозяйства (теоретико-экономический аспект): автореф. дис. ... д-ра экон. наук / О.В. Данилова. – М., 2009. – С. 12–14.

Предпринимательская деятельность

7. Татьянакина, А.А. Оценка инновационной инфраструктуры как основы развития предпринимательской экономики / А.А. Татьянакина, Т.А. Шиндина // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2011. – Вып. 20. – № 41(258). – С. 85–89.

8. Тарадина, Л.Д. Постиндустриальная филантропия / Л.Д. Тарадина // Модернизация экономики и глобализация / Л.Д. Тарадина. – М.:

Издательский Дом ГУ ВШЭ, 2009. – Кн. 2. – С. 345–353.

9. Дмитриевских, М.В. Инновационная инфраструктура региона: сущность, состав и тенденции развития / М.В. Дмитриевских, А.А. Татьянакина, Т.А. Шиндина // Вестник СибГАУ. – 2010. – №2 (28). – С. 143–145.

10. Социальная хартия российского бизнеса [Электронный ресурс]. – <http://www.rspp.ru> (дата обращения 25.06.2012).

Поступила в редакцию 4 февраля 2013 г.

Карпушкина Анжелика Викторовна. Доктор экономических наук, заведующий кафедрой «Экономика фирмы и рынков», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – институциональный анализ социально-трудовых отношений, региональная экономика. Контактный телефон: 8 (351) 900-59-955, e-mail: angelvik28@mail.ru

Angelika Viktorovna Karpushkina. Doctor of Economic Science, Head of Company and Market Economy Department, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: institutional analysis of social and labor relations, regional economy. Tel: 8 (351) 900-59-95, e-mail: angelvik28@mail.ru

РОЛЬ И МЕСТО МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ РФ

Ю.Г. Кузменко, И.В. Хатеев, А.Б. Левина

Статья раскрывает роль и место малых предприятий в современных экономических условиях. Проводится анализ динамики показателей развития малого предпринимательства и оценивается влияние финансового кризиса на деятельность субъектов малого предпринимательства, а также анализ структуры малых предприятий по видам экономической деятельности и ее изменение за последние пять лет, действующих подходов к классификации, в результате чего предлагается усовершенствовать существующую классификацию добавлением современных принципов информационной логистики и учитывать требования современных информационных технологий. Представлен авторский подход необходимости введения новых признаков классификации малых предприятий.

Ключевые слова: малые предприятия, динамика развития, структура малых предприятий, виды экономической деятельности, информационная логистика, информационные технологии, логистическое информационное пространство, интеграция информационных процессов.

На современном этапе развития экономики России существенную роль приобретают малые предприятия. Это связано с целым комплексом различных причин и, прежде всего, с тем, что малое предпринимательство, как правило, не требует крупных первоначальных инвестиций и обеспечивает высокую оборачиваемость ресурсов. Кроме того, малые предприятия (МП) способны решать проблемы реструктуризации экономики, формировать и насыщать рынок потребительских товаров и услуг в сложившихся экономических условиях.

Малые предприятия вносят важный вклад в формирование конкурентоспособности национальной экономики в условиях постоянно усиливающейся конкурентной борьбы с иностранными производителями и глобальными торговыми брендами. Они имеют возможность оперативно реагировать на изменения потребительского спроса, что придает необходимую гибкость экономике и обеспечивает равновесие на потребительском рынке.

Малое предпринимательство вносит существенный вклад в экономику западных развитых стран. В настоящее время по данным статистической службы Европейского союза (ЕС) Eurostat в странах содружества из 20 млн активно действующих предприятий, за исключением финансового сектора, 67,4 % относилось к малому и среднему бизнесу (по европейской классификации к таким предприятиям относятся предприятия, на которых численность работающих не превышает 250 рабочих и служащих). Из них 91,8 % относились к микропредприятиям с числом занятых до 10 человек. По оценкам экспертов, половина из этого количества являются индивидуальными предприятиями, где работает только владелец и, возможно, некоторые члены его семьи, а 6,9 % – это малые предприятия, численность персонала на которых составляет от 10 до 50 человек [8].

В странах ЕС более 75 % рабочих заняты на предприятиях малого и среднего бизнеса в таких секторах, как деревопереработка и производство мебели, автомобилестроение и оптовая торговля, жилищные услуги и общественное питание, услуги по аренде недвижимости, строительство [8].

Структура занятых в малом и среднем предпринимательстве колеблется по странам ЕС от 55 % (к примеру, в Словакии и Великобритании) до 81 % (в Италии). Согласно данным специальной печати, среднестатистически на крупном предприятии работает порядка 1000 работников. Именно такие предприятия доминируют в капиталоемкой промышленности и в так называемых «крупных» услугах – транспорт, банковская деятельность, страхование [3].

Таким образом, малые предприятия, благодаря своей численности, обеспечивают более половины рабочих мест и, как следствие, обладают существенным весом в экономике практически любой страны. Структурно они присутствуют во всех отраслях экономики, при этом средние предприятия доминируют в обрабатывающей промышленности, а крупные – в тех видах производств и услуг, которые требуют значительных капиталовложений.

Эффективное развитие малого и среднего предпринимательства в экономически развитых странах обусловлено тем условием, что крупномасштабное производство не вступает в соперничество с более мелким. Напротив, реализуется принцип кооперации больших и малых предприятий, при котором крупные предприятия или предпринимательские объединения не поглощают малый бизнес, а оказывают поддержку друг другу, особое распространение это получило в сфере специализации отдельных производств и в разработках инновационных технологий.

Предпринимательская деятельность

Есть и еще один критерий дифференциации. Как правило, крупные предприятия в первую очередь ориентированы на массовый, относительно однородный спрос. В свою очередь, малые предприятия более эффективно действуют в небольших сегментах рынка, так как обладают большей хозяйственной гибкостью, мобильностью, способны к быстрому организационным, структурным и технологическим переменам.

Глубокие изменения в потребительских предпочтениях, технологиях, методах управления, финансовых рынках предоставляют малому бизнесу ряд преимуществ над крупными компаниями. Их открытые структуры управления в сочетании с централизацией прав принятия управленческих решений, которые сосредоточены в руках владельца, позволяют малым предприятиям пользоваться теми возможностями, которые появляются в результате происходящих изменений во внешней среде [10].

Как показывает практика, общественное поведение представителей МП основано на прямой зависимости от местных и национальных интересов и, в силу этого, инициирует упрочение их связей с постоянными и потенциальными клиентами из различных целевых групп [3].

Среди недостатков в сфере малого предпринимательства необходимо отметить достаточно низкую доходность, низкую производительность труда, наряду с его высокой интенсивностью, определенные затруднения с использованием новых технологий, ограниченный объем собственных ресурсов и высокие риски, вызванные повышенным уровнем конкуренции. В результате именно сектор малого предпринимательства подвержен банкротству. Так, из вновь созданных малых предприятий до конца года выживает около 50 %, через 3 года –

7–8 %, а через 5 лет – не более 3 % [8].

Кроме того, производительность труда существенно выше на крупных предприятиях, поскольку на них действует так называемый эффект масштаба производства. Как следствие, в среднем производительность на крупных предприятиях составляет 56,8 тыс. евро на одного работника, что приблизительно на 50 % больше, чем на малых и средних предприятиях. Особенно большой разрыв в производительности наблюдается на промышленных предприятиях [3, 8]. Тем не менее, общее количество малых предприятий, как правило, увеличивается или, по крайней мере, остается без изменений, так как на место ликвидированных постоянно приходят новые предприятия [10].

По данным федеральной службы государственной статистики РФ, вклад малого бизнеса, рассчитанный на основе оборота предприятий, в 2008 г. составил 25,8 % (микропредприятия – 11,9 %), при этом число занятых в малом предпринимательстве составило 21,1 % (микропредприятия – 8,5 %) [3].

Финансовый кризис оказал отрицательное воздействие на темпы развития малого и среднего предпринимательства. Так, количество малых предприятий сократилось с 282,7 в 2008 г. до 229,2 тыс. в 2011 г., оборот малых предприятий сократился с 10 093,5 млрд руб. и составил 8784,9 млрд руб. в 2009 г. [1, 9]. Также наблюдается сокращение численности занятых на малых предприятиях – с 6217,1 тыс. в 2008 до 5562,9 тыс. человек в 2010 г., и возвращение на докризисный уровень в 2011 г.

Общая динамика развития малого предпринимательства представлена в табл. 1.

Таблица 1

Динамика показателей развития малого предпринимательства в России за период с 2007 по 2011 гг.
(по состоянию на 31 декабря)

Параметры	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Число малых предприятий*, тыс.	1 137,4**	282,7	227,8	219,7	229,2
Процент к общему числу предприятий	24,33	5,92	4,64	4,55	4,71
Темпы прироста (%):	Несопоставимые данные	–	–19,42	–3,56	4,32
– цепные;		–	–19,42	–22,29	–18,92
– базисные					
Численность работников, занятых на малых предприятиях*, тыс. чел.	9 239,2	6 217,1	5 720,6	5 562,9	6 423,3
Темпы прироста (%):	Несопоставимые данные	–	–7,99	–2,76	15,47
– цепные;		–	–7,99	–10,52	3,32
– базисные					
Оборот малых предприятий*, млрд руб.	15 468,9	10 093,5	8 805,9	10 247,0	13 252,0
Оборот малых предприятий* в процентах к обороту всех предприятий, %	25,87	13,61	13,02	12,59	13,25
Темпы прироста (%):	Несопоставимые данные	–	–12,76	16,37	29,33
– цепные		–	–12,76	1,52	31,29
– базисные					

* Без микропредприятий.

** Без деления на малые и микропредприятия.

Источник: [4–7].

Динамика изменения показателей развития малого предпринимательства России за период с 2007 по 2011 год включительно схематически представлена на рис. 1.

Динамика изменения показателей численности малого предпринимательства России за период с 2008 по 2011 год включительно представлена на рис. 2.

Необходимо отметить, что динамика развития малого предпринимательства, представленная в табл. 1 и на рис. 1 и 2, показывает ухудшение показателей до 2010 года, и некоторое улучшение показателей в 2011 г. Так, численность малых предприятий за период с 2008 по 2010 сократилось на 63 тыс. (2007 год в расчеты не принимается, так как деление предприятий на малые и микропред-

приятия осуществляется с 01 января 2008 г.), а в 2011 г. численность увеличилась до уровня 2009 года. Общее количество занятых уменьшалось до 2010 г., а в 2011 г. оно увеличилось и достигло значения 6423,3 тыс. человек. Оборот малых предприятий также показывал отрицательную динамику до 2009 г., после чего наметился рост товарооборота малого бизнеса и в 2011 г этот показатель составил 13 252 млрд руб.

Наблюдается уменьшение доли вклада малых предприятий в общий торговый оборот всех предприятий в экономике страны до 2010 г., и ее увеличение в 2011 г. Кроме того, исходя из табл. 1, наряду с общим уменьшением количества малых предприятий уменьшается их доля в общей численности с 5,92 % в 2008 г. до 4,55 % в 2010 г., но в 2011 г.

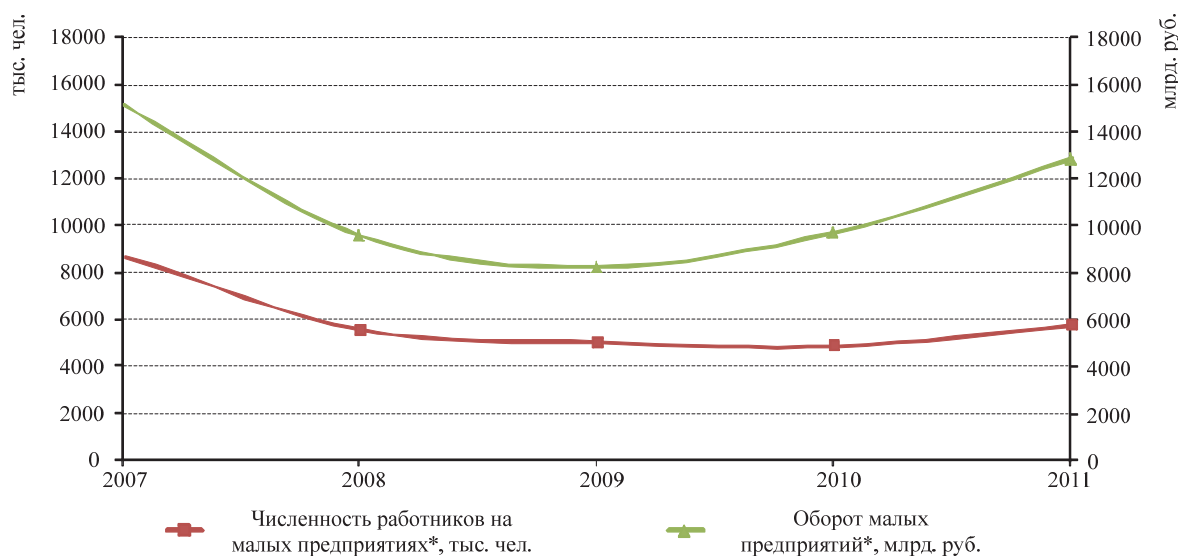


Рис. 1. Динамика показателей развития малого предпринимательства в России за период с 2007 по 2011 гг. (по состоянию на 31 декабря), источник: [4–7]

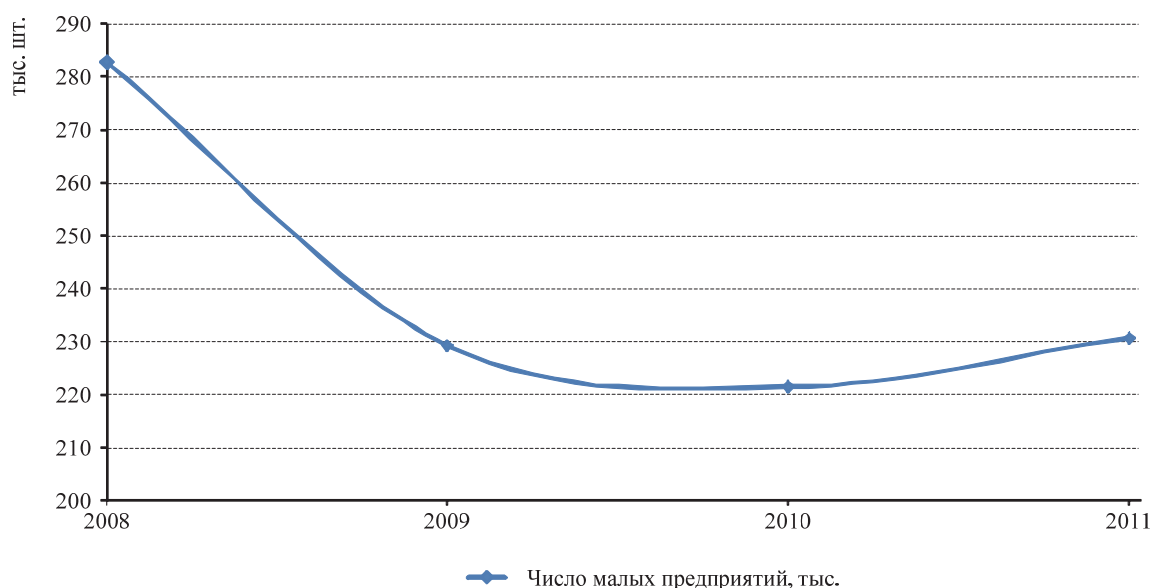


Рис. 2. Динамика численности малого предпринимательства в России за период с 2008 по 2011 гг. (по состоянию на 31 декабря), источник: [4–7]

Предпринимательская деятельность

она незначительно увеличивается до 4,71 %.

Анализируя темпы прироста числа малых предприятий, численности их работников и оборота, можно сделать общий вывод об ухудшении экономической ситуации, вызванном последствиями финансового кризиса. Как видно из рис. 1 и 2, в 2010 г. показатели начинают расти, но не достигают докризисного уровня, а в 2011 г. все показатели начинают расти. Изменение численности малых предприятий по отраслям экономики, в которых они функционируют, за период с 2007 по 2011 годы представлено на рис. 3 а, б.

Динамика структуры численности малых предприятий показывает значительное сокращение оптовой и розничной торговли и перераспределение в другие виды экономической деятельности. Это вызвано, на наш взгляд, прежде всего, изменениями в системе учета предприятий и экспансией средних и крупных предприятий. В табл. 2 представлены данные относительно инвестиций в основной капитал на малых предприятиях по федеральным округам Российской Федерации [9].

Размер инвестиций, осуществленных малыми предприятиями в 1 полугодии 2011 года в общем

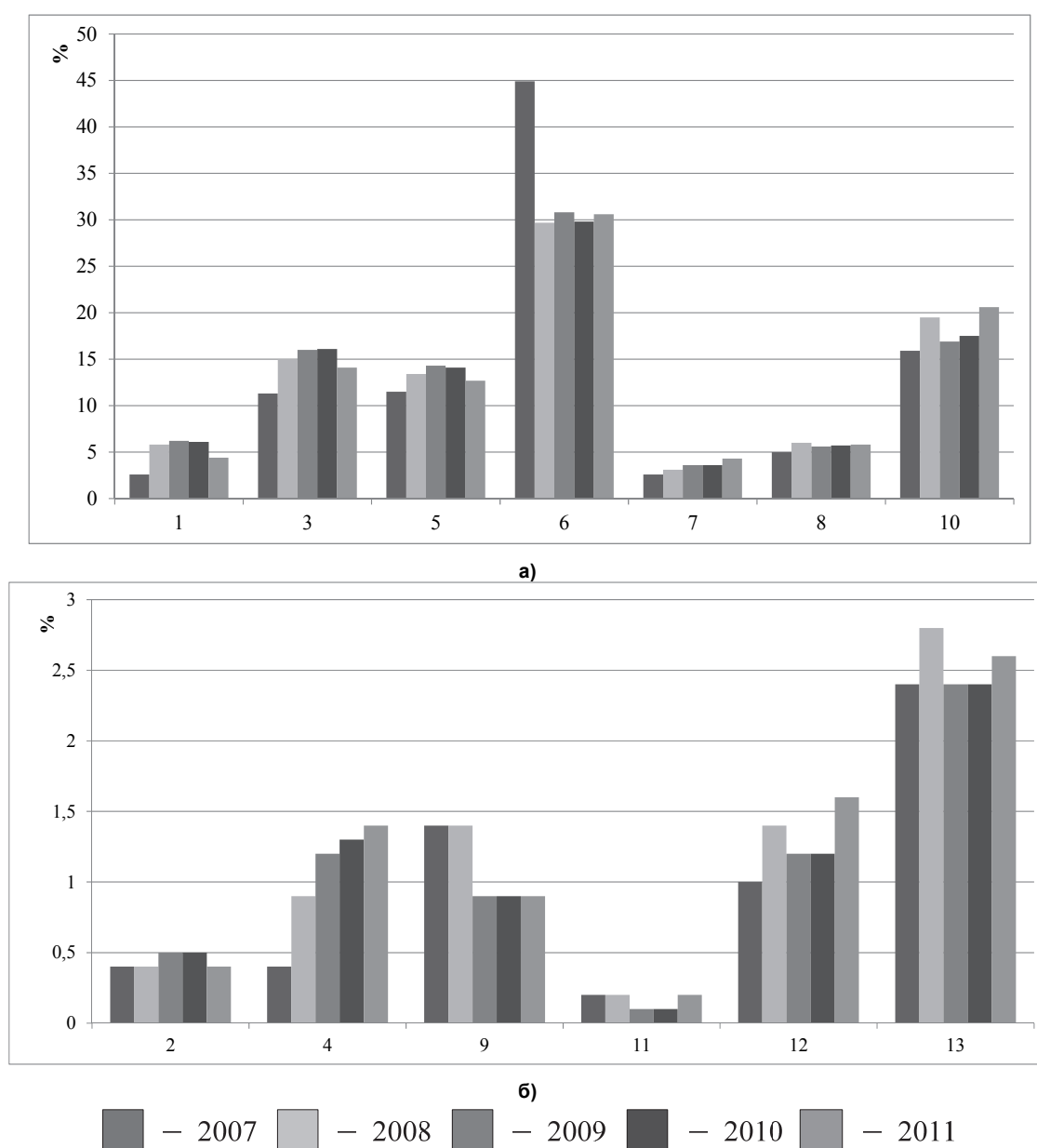


Рис. 3. Структура численности малых предприятий в России за период с 2007 по 2011 годы (по состоянию на конец года): 1 – сельское хозяйство; 2 – добыча полезных ископаемых; 3 – обрабатывающие производства; 4 – производство и распределение электроэнергии, газа и воды; 5 – строительство; 6 – оптовая и розничная торговля; 7 – гостиницы и рестораны; 8 – транспорт и связь; 9 – финансовая деятельность; 10 – операции с недвижимостью; 11 – образование; 12 – здравоохранение и соц. услуги; 13 – прочие услуги

Таблица 2
Инвестиции в основной капитал на малых предприятиях по федеральным округам Российской Федерации
в январе–июне 2011 г.

Федеральные округа	Объем инвестиций в основной капитал на малых предприятиях в январе–июне 2011 г.		
	млн руб.	на душу населения, руб.*	в % к январю–июню 2010 г.**
Всего	98 135,4	686,7	93,9
Центральный ФО	19 833,9	515,7	78,5
Северо-Западный ФО	4 990,0	367,1	71,2
Южный ФО	19 824,9	1 431,0	107,9
Северо-Кавказский ФО	1 922,4	202,2	112,6
Приволжский ФО	24 684,9	826,1	109,1
Уральский ФО	5 291,4	437,7	104,3
Сибирский ФО	18 875,6	980,6	85,6
Дальневосточный ФО	2 712,3	431,6	110,7

* Исходя из численности населения на 1 января 2011 г.

** С учетом региональных индексов потребительских цен.

по РФ составил 98 135,4 млн руб., это на 2,7 % превышает аналогичный показатель 2010 года, но, учитывая индекс потребительских цен, отмечается сокращение данного показателя на 6,1 % [9].

Позитивная динамика объема инвестиций, осуществляемых малыми предприятиями в основной капитал, с учетом индекса потребительских цен наблюдается в пяти федеральных округах: Северо-Кавказском ФО (рост показателя на 12,6 %), Дальневосточном ФО (10,7 %), Приволжском ФО (9,1 %), Южном ФО (7,9 %) и Уральском ФО (4,3 %). В остальных федеральных округах отмечена негативная динамика данного показателя. Наибольшее сокращение зарегистрировано в Северо-Западном ФО (28,8 %), в меньшей степени сокращение произошло в Центральном ФО (21,5 %) и Сибирском федеральном округе (14,4 %). В некоторых регионах в сектор малого предпринимательства инвестиции за рассматриваемый период не осуществлялись, либо их объемы оказывались малы настолько, что Федеральной службой государственной статистики данные не включались в статистические сводки. К таким регионам относятся Чеченская Республика и Республика Ингушетия [9].

Важное значение имеет распределение малых предприятий по видам экономической деятельности. Оно представлено на рис. 4. Как видно из данного рисунка, 30 % предприятий занято в сфере оптовой и розничной торговли. Следующие две большие группы – это производство и строительство. Также следует отметить активность малых предприятий в осуществлении операций с недвижимым имуществом. Остальные сферы экономической деятельности занимают менее 7 % в структуре малых предприятий по видам экономической деятельности [7].

В России классификация малых предприятий незначительно отличается от западной. За основу в ней приняты два параметра: среднегодовая численность персонала и выручка от реализации товаров без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предыдущий календарный год.

В настоящее время классификация предприятий представлена в Федеральном Законе РФ от 24 июля 2007 года № 230-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства». Согласно этому закону, малые предприятия подразделены на следующие категории:

– микропредприятия, к которым относятся предприятия со среднегодовой численностью персонала до 15 человек, при этом выручка предприятия не должна превышать 60 млн руб.;

– малые предприятия, к которым относятся предприятия со среднегодовой численностью персонала до 100 человек и выручкой до 400 млн руб. [2].

Классификация средних и малых предприятий, представленная в настоящее время в российском законодательстве, является, по мнению авторов, не вполне точной, так как в ней не отражены современные принципы информационной логистики и требования современных информационных технологий.

Несовершенство классификации создает трудности при создании и внедрении современных систем информационной логистики. По причине некорректно построенной информационной модели предприятия повышаются затраты на ее формирование и, как следствие, сокращаются экономические эффекты от функционирования.

Предпринимательская деятельность

Исходя из сказанного, авторами исследования выполнена классификация малых предприятий, адаптированная к условиям системной организации информационной логистики. В дополнение к действующим введены новые классификационные признаки малых предприятий – тип логистическо-

Реализация предложенного приема позволяет принять дифференцированный подход к формированию системы информационной логистики и уже на начальном этапе ее внедрения оптимизировать расходы малого предприятия на осуществление соответствующих проектов.

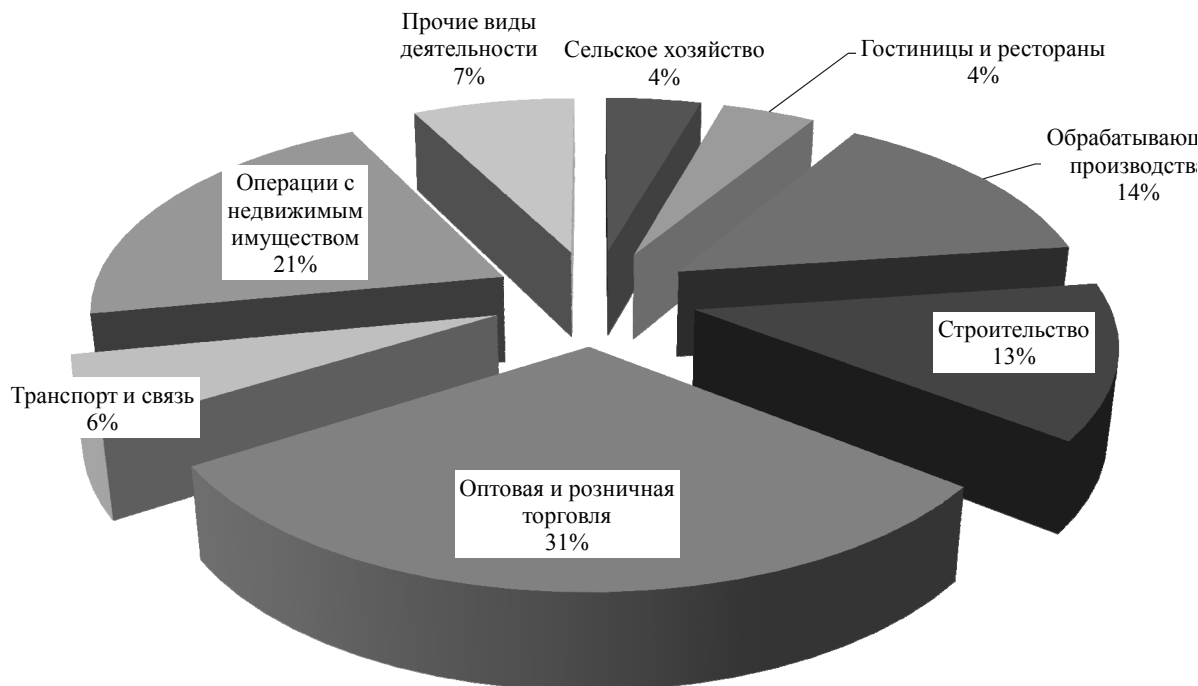


Рис. 4. Структура малых предприятий по видам экономической деятельности в 2011 г. [7]

го информационного пространства и уровень интеграции информационных процессов.

Содержанию первого из двух вновь введенных признаков отвечают следующие типы логистического информационного пространства:

– частично структурированное – при котором логистические информационные потоки обслуживаются с помощью традиционного бумажного документооборота;

– структурированное – при котором управление отдельными звеньями в системе информационной логистики малого предприятия осуществляется с помощью специализированных модулей информационной системы (например, модуль MES – комплекс для управления производством и т. п.);

– формализованное – при котором для отдельных модулей информационной системы установлены механизмы взаимодействия, а также предусмотрены механизмы получения информации о функционировании каждого модуля и информационной системы в целом.

Второй классификационный признак – «уровень интеграции информационных процессов» – предполагает деление малых предприятий по количеству взаимосвязей отдельных модулей информационной системы.

Литература

1. Малое и среднее предпринимательство в России: Статистический сборник. – М., 2009.
2. Постановление правительства российской федерации от 22 июля 2008 г. № 556 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».
3. Роль малого предприятия в современной экономике – 2009 Интернет-издание новгородского малого и среднего предпринимательства http://mbusiness.nov.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=133&Itemid=39
4. Россия в цифрах. 2008: краткий статистический сборник / Росстат. – М.: 2008. – 510 с.
5. Россия в цифрах. 2009: краткий статистический сборник / Росстат. – М.: 2009. – 525 с.
6. Россия в цифрах. 2010: краткий статистический сборник / Росстат. – М.: 2010. – 558 с.
7. Россия в цифрах. 2012: краткий статистический сборник / Росстат- М.: 2012. – 573 с.
8. Статистическая служба европейского союза http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Business_economy_-_enterprise_demography_and_size_class_analysis#Size_class_analysis

9. Федеральная служба государственной
статистики. – <http://www.gks.ru>.

10. Экономика и управление малой фирмой:

уч. пос. / под ред. И. Мишуровой – Ростов н/Д:
МарТ, 2004. – 672 с.

Поступила в редакцию 21 января 2013 г.

Кузменко Юлия Геннадьевна. Доцент кафедры экономики торговли, заместитель декана Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – формирование логистической системы торгового обслуживания, e-mail: julia.kyzmenko@gmail.com.

Julia Gennadevna Kuzmenko. Senior lecturer of Trade Economy Department, Vice-dean of Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: formation of logistical system of trading service, e-mail: julia.kyzmenko@gmail.com.

Хатеев Игорь Валерьевич. Старший преподаватель кафедры экономики торговли, Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – логистические информационные системы управления предприятием, e-mail: ivkhateev@gmail.com.

Igor Velerievich Khateev. Senior lecturer of Trade Economy Department, Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: logistical information control systems of enterprise, e-mail: ivkhateev@gmail.com.

Левина Алена Борисовна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики торговли, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов: организация коммерческой деятельности, логистика розничной торговли. Контактный телефон: 8 (351) 267-93-03, e-mail: levina_a.b@mail.ru

Alena Ba. Levina is a candidate of economic sciences, associate professor of economics in trade department, South Ural State University (Chelyabinsk). The area of academic interests: organization of business, retail logistics. Contact telephone number: +7 (351) 267-93-03, e-mail: levina_a.b@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ СИСТЕМЫ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА

И.Ю. Окольнішнікова, Е.В. Каточков, И.Г. Смирнова

Статья посвящена формированию механизма информационной поддержки системы риск-менеджмента предпринимательских структур. Авторами выявлено, что одним из важных факторов формирования системы управления риском предприятия является ее качественное информационное обеспечение, и рассмотрены его основополагающие принципы. В статье проанализированы этапы процесса информационного обеспечения риск-менеджмента организации и определены условия ее успешного функционирования, а также изучено программное обеспечение по управлению рисками компании. На основании проведенного анализа сформулировано авторское определение информационного менеджмента и обосновано, что информационная подсистема сама по себе является источником риска из-за использования компьютерной техники и ее взаимодействия с человеческим фактором, что требует создания дополнительного программного обеспечения.

Ключевые слова: управление рисками, риск-менеджмент предпринимательских структур, информационное обеспечение риск-менеджмента, информационные системы бизнеса.

Одним из важных факторов формирования системы управления риском предприятия является ее качественное информационное обеспечение. Его основополагающими принципами являются:

1. Полезность, комплексность информации – для принятия решений должна использоваться комплексная информация, которая должна быть достаточно полной и по возможности систематизированной.

2. Надежность информации – чем ниже уровень доверия к источникам информации, тем в меньшей степени ее можно использовать при принятии управленческих решений.

3. Доступность информации – возможность получения данных для дальнейшей обработки и принятия решения по управлению риском.

4. Экономическая эффективность информационной системы, понимаемая как целесообразность затрат, связанных с получением и обработкой информации для обеспечения риск-менеджмента организации и определяемая как соотношение финансового результата по управлению риском и соответствующих вложений в информационную систему.

Процесс информационного обеспечения риск-менеджмента организации состоит из следующих взаимосвязанных этапов: сбор информации, ее систематизация и классификация, анализ и обеспечение информационной безопасности бизнеса.

Важным условием функционирования системы риск-менеджмента является своевременное обеспечение информацией, которая должна удовлетворять следующим условиям: необходимость и достаточность объема данных; адекватность и согласованность с организационно-управленческой структурой риск-менеджмента состава информа-

ции; оперативность поступления информации в функциональные подсистемы; наличие разных источников информации и т. д.

К преимуществам автоматизированной системы сбора и обработки информации относятся: возможность быстрого изменения классификации рисков и приоритетности решения задач; возможность увязки анализа риска с маркетинговой информацией; взаимосвязь анализа риска с экономической и финансовой информацией; возможность оценки риска на разных уровнях фирмы по разным методикам; обеспечение интеграции различных аспектов управления риском; облегчение процесса аудита и контроля и т. д. [4].

Вместе с тем, использование информационных технологий связано с определенными недостатками. Среди них: уязвимость системы управления риском для некоторых рисков; высокая стоимость сбора и обработки информации; необходимость формализованных процессов принятия решений и др. [5].

В настоящее время в сфере риск-менеджмента не выработано целостной информационной концепции. Вместе с тем, само понятие информационной системы риск-менеджмента существует. Под ней понимается разработка и использование программных продуктов, предназначенных для оценки и анализа рисков организации.

Программное обеспечение по управлению рисками компании можно подразделить на две группы:

а) настольные риск-калькуляторы, с помощью которых можно строить таблицы рисков и ранжировать их по различным критериям;

б) системы риск-менеджмента Risk Management Information Systems, использующие храни-

лица данных и обеспечивающие применение заданных методик анализа рисков, а также конструирование показателей по алгоритмам, настраиваемым пользователями.

В бизнес-практике для генерирования сценариев используется преимущественно метод Монте-Карло. Выбирается конкретный статистический закон, описывающий стохастический процесс, после чего производится компьютерное моделирование большого количества исходов – сценариев возможных изменений исследуемого фактора риска [2].

Информационная подсистема обеспечения риск-менеджмента должна создаваться на стыке между функциональными подразделениями, занимающимися управлением риском и инфраструктурой риск-менеджмента предприятия. Наряду с этим, информационная подсистема должна учитывать специфику функционирования как отдельных функциональных составляющих, так и предприятия в целом, и удовлетворять требованиям риска и информационного менеджмента.

Под информационным менеджментом следует, на наш взгляд, понимать управленческую деятельность, объектом которой служат информационные потоки предпринимательской структуры. При этом важной является проблема: создавать программное обеспечение самостоятельно или использовать готовые программные продукты.

При самостоятельном формировании программного продукта наиболее полно учитывается специфика компании. Это позволяет принимать эффективные управленческие решения. Затраты на создание такого продукта, скорее всего, будут меньше, чем приобретение готового программного обеспечения, но могут возникнуть проблемы с интеграцией при расширении спектра работы всей информационной системы. Напротив, готовые пакеты легче встроить в существующую систему, но не позволяют в полной мере учитывать специфику рисков компании, имеют высокую стоимость и существенные эксплуатационные расходы.

На практике информационная подсистема поддержки принятия решений по управлению риском часто формируется своими силами, по мере возникновения и осознания проблем. Это позволяет уменьшить психологические издержки и повысить эффективность менеджмента.

Информационная подсистема поддержки принятия решений по управлению риском позволяет сделать риск-менеджмент организации более оперативным и эффективным. В ряде случаев без нее невозможно идентифицировать риски, использовать методы минимизации экономических последствий. Вместе с тем, данная подсистема может усилить операционный риск из-за возможного нарушения предпринимательской деятельности вследствие использования сложных аппаратных средств и их взаимодействия с человеческим фактором.

Среди рисков, которые могут возникнуть при создании информационной подсистемы, выделяют: повреждение аппаратных средств; сбои в работе компьютеров и программного обеспечения; моральное устаревание программных продуктов; проблемы при обновлении системы; ошибки персонала; несанкционированный доступ; вирусные атаки; недостаток данных или ограничение доступа к ним; несовместимость данных; несогласованность системы и т. д. [6].

Таким образом, чем более эффективна информационная система поддержки риск-менеджмента, тем сильнее зависимость менеджера от нее и больше дополнительный операционный риск. Поэтому его следует рассматривать как одно из ограничений внедрения системы управления рисками компании: информационная система поддержки риск-менеджмента становится одновременно и объектом риск-менеджмента.

Обеспечение информационной безопасности бизнеса является одним из основных этапов процесса информационного обеспечения риск-менеджмента организации. Оно предполагает, с одной стороны, получение необходимой информации, а с другой – целенаправленную и постоянную защиту информации. В конце 80-х гг. деятельность предприятия по сбору, накоплению, анализу и использованию информации о субъектах, способных повлиять на его положение на рынке, оформилась в конкурентную разведку, определяемую как «деятельность негосударственной организации по добытию сведений об имеющихся и потенциальных угрозах ее интересам и самому существованию при условии соблюдения существующих правовых норм» [7].

Конкурентная разведка позволяет: проводить мониторинг рисков, связанных с изменениями в законодательной и регулирующей сферах государственной деятельности; прогнозировать и оценивать изменения на рынках и определять перспективные для предприятия рыночные ниши; изучать конкурентов и партнеров и прогнозировать их действия; выявлять потенциальных конкурентов; оценивать появление новых технологий и продуктов, способных изменить состояние отрасли; подбирать кандидатов на ответственные посты и т. д. [3].

В настоящее время выделяют группу важнейших угроз, связанных с вмешательством в работу компьютеров и представляющих опасность для информационной безопасности предприятия. Это несанкционированный доступ к информации; ввод в программное обеспечение «логических бомб» с заранее определенными задачами, которые срабатывают при определенных условиях и выводят из строя компьютерную систему; распространение компьютерных вирусов; сбои в эксплуатации компьютерных систем; хищения компьютерной информации и т. д. Для обеспечения информационной безопасности используются меры

Предпринимательская деятельность

технического, организационного и правового характера, затраты на которые могут составлять до 8 % себестоимости предприятия [1].

Таким образом, основные задачи информационной системы сводятся в предоставлении необходимой информации для принятия оптимальных решений в сфере управления рисками компании. Вместе с тем, информационная подсистема сама по себе является источником риска из-за использования компьютерной техники и ее взаимодействия с человеческим фактором, что требует создания дополнительного программного обеспечения.

Литература

1. Баяндин, Н.И. *Технология безопасности бизнеса: введение в конкурентную разведку* / Н.И. Баяндин. – М.: Юристъ, 2002.

2. *Оценка бизнеса* / ред. А.Г. Грязнова. – М.: ТАНДЕМ, 2007.

3. Самплер, Дж. *Стратегия цифровой эпохи* / Дж. Самплер // В кн.: *Курс МБА по стратегическому менеджменту* / ред. Л. Фазэй, Р. Рэнделл. – М.: Альпи-на Паблишер, 2002.

4. Станиславчик, Е.Н. *Риск-менеджмент на предприятии* / Е.Н. Станиславчик. – М., 2002.

5. Томпсон, А.А. *Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа* / А.А. Томпсон, А.Дж. Томпсон. – М.: Изд. «Вильямс», 2005.

6. Филина, Ф.Н. *Риск-менеджмент* / Ф.Н. Филина. – М.: Изд. «ГороссМедиа», 2008.

7. Фомичев, А.Н. *Риск-менеджмент* / А.Н. Фомичев. – М.: Изд. Дашков, 2007.

Поступила в редакцию 19 ноября 2012 г.

Околнишникова Ирина Юрьевна. Доктор экономических наук, декан Торгово-экономического факультета, заведующий кафедрой «Маркетинговые коммуникации», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – маркетинг, маркетинговые коммуникации, брендинг, экономика предпринимательства. Контактные телефоны: 89080812355, (8-351) 267-92-88, 267-97-36, e-mail: okolnishnikova@yandex.ru.

Irina Yurievna Okolnishnikova, Doctor of Science (Economics), Head of Marketing Communications Department, the dean of the Trade and Economics Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: marketing, marketing communications, branding, economics of business. Contact phone number: 89080812355, (8-351) 267-92-88, 267-97-36, e-mail: okolnishnikova@yandex.ru.

Каточков Евгений Викторович. Преподаватель кафедры «Экономика торговли» Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – экономика предпринимательства, риск-менеджмент. Контактные телефоны: (8-351) 267-92-88, 267-97-36, e-mail: b74b@yandex.ru.

Evgeniy Victorovich Katochkov. Lecturer at Trade Economy Department, Trade and Economic Faculty, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: business economics, risk management. Phones: (8-351) 267-92-88, 267-97-36, e-mail: b74b@yandex.ru.

Смирнова Ирина Геннадьевна. Кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Экономика торговли» Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – экономика предпринимательства, психология коммерции. Контактные телефоны: (8-351) 267-92-88, 267-97-36.

Irina Gennadievna Smirnova. Candidate of Science (Pedagogy), associate professor of Trade Economy Department of the Trade and Economic Faculty of South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: business economics, psychology of commerce. Contact phone numbers: (8-351) 267-92-88, 267-97-36.

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВНУТРЕННЕГО УЧЕБНОГО ЦЕНТРА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ 36,6)

А.М. Шагвалеев

Проанализировано функционирование внутреннего учебного центра розничной компании федерального масштаба на примере аптечной сети 36,6. Рассматривается система и принципы работы подразделения, реализуемые спецпроекты для решения операционных задач бизнеса и укрепления стратегической конкурентоспособности, приводятся типичные проблемы, с которыми приходится сталкиваться торговым предприятиям в процессе подготовки и переподготовки персонала, даны рекомендации по разрешению возникающих трудностей, полученные путем практической реализации проектов учебного центра.

Ключевые слова: внутренний учебный центр, повышение конкурентоспособности, система обучения персонала, инновационные технологии, розничная сеть, практические рекомендации, эффективность.

Современные рыночные условия требуют от работников всех уровней новых знаний, умений и навыков, предусматривают гибкий подход к развитию системы обучения, подготовки и переподготовки квалифицированных кадров как части мер, ориентированных на повышение эффективности предприятия, его конкурентоспособности и развитие социальной сферы. Квалифицированный персонал является дополнительным конкурентным преимуществом, в то время как действия недостаточно квалифицированных сотрудников влекут за собой значительные риски для организации. Живая динамическая система корпоративного обучения очень быстро и четко реагирует на любое инновационное изменение на рынке, в производстве и производственных отношениях, а также на возникающие образовательные запросы компании.

Предпосылками появления собственного учебного центра в 36,6, как и во многих сетевых торговых компаниях, стало активное региональное развитие и потребность в стандартизации знаний сотрудников и уровня сервиса, как дополнительных преимуществ по сравнению с другими игроками рынка. Одновременно было принято решение о реализации инновационного проекта private label¹, требующего энергичной поддержки в плане повышения квалификации и степени информированности сотрудников розничной сети.

Обратимся к схеме работы учебного центра 36,6 (рис. 1): помимо собственно функции обучения на подразделение возложены функции разра-

ботки и внедрения стандартов обслуживания и внутренние коммуникации.

Система подготовки и переподготовки персонала является одним из важнейших направлений по повышению эффективности торгового предприятия путем совершенствования обслуживания клиентов, является инструментом по оперативному сбору обратной связи как от сотрудников торгового предприятия, так и от потребителей, с целью дальнейшего анализа полученных сведений и применения результатов анализа при совершенствовании бизнес-процессов, выполняет функции транслятора инновационных идей и изменений, является промежуточным звеном между руководством компании и широким кругом линейного персонала.

В основе системы обучения аптечной сети 36,6 лежит пять основных принципов:

1. Направленность деятельности на стратегические цели компании, осуществление деятельности как в рамках собственной профессиональной экспертизы, так и за ее пределами, осуществляя поддержание перспективных проектов других подразделений.

2. Системное обучение без отрыва от основной деятельности (у В.В. Кузнецова [1, с. 11] – «постоянный, непрерывный, сплошной характер обучения, без перерывов и каникул»).

3. Прямая практическая направленность профессиональной подготовки персонала, связанная с необходимостью оптимизации затрат.

4. Использование преимущественно активных форм и методов обучения сотрудников. Принцип проистекает из теории обучения взрослых и применяется с целью сокращения временных затрат посредством быстрого и наиболее эффективного

¹ СТМ, собственная торговая марка – линейки препаратов и товаров для красоты и здоровья под собственным брендом, высокомаржинальная товарная категория.

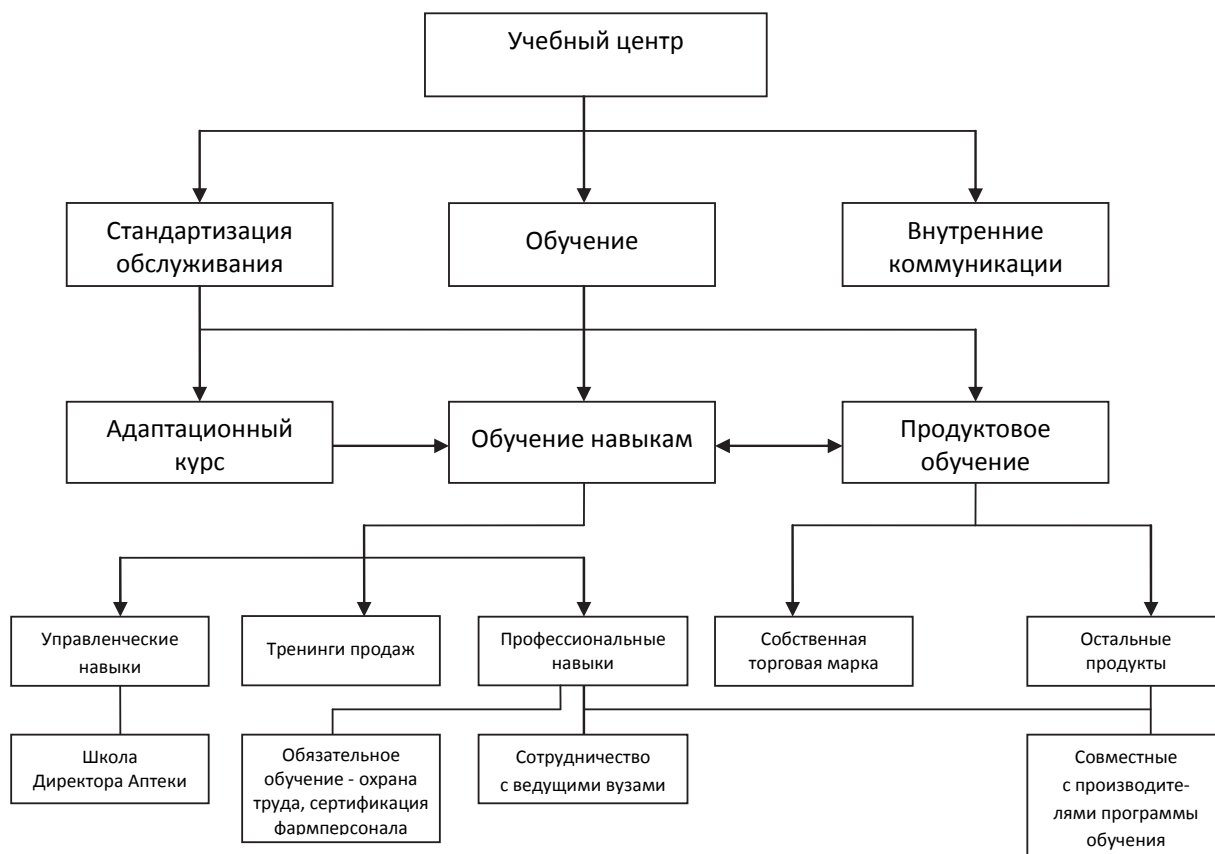


Рис. 1. Схема работы учебного центра 36,6

овладения обучаемыми требуемыми практически умениями и навыками.

5. Развитие смешанной системы обучения (blended learning), подразумевающей разумное сочетание очных и дистанционных методов.

Данная модель обучения, ориентированная на результат, включает элементы электронного обучения, анализ конкретных практических случаев (кейсы), внутренний коучинг и пост-тренинговое сопровождение [3].

Далее кратко рассмотрим каждое направление обучения. Цель **адаптационного (вводного) курса** – знакомство новых сотрудников с компанией, ее внутренней культурой, стандартами обслуживания, мотивация на работу в рамках стратегических целей. Также адаптационный курс направлен на сокращение сроков вхождения в должность и коллектив, подготовку вновь принятых сотрудников к работе в новой для них организации.

Обучение навыкам. Базовая схема обучения навыкам в 36,6 аналогична схеме внутрикорпоративного обучения в других крупных компаниях [1, с. 33] и представляет собой циклический процесс (исключая согласования) (рис. 2).

Обобщенно навыковое обучение решает задачу по формированию заданных навыков поведения в стандартных ситуациях. Результатами реализации учебных программ в данном направлении являются: развитие навыков, необходимых для эффективного решения рабочих задач, формирование мотивации на применение новых технологий и инструментов и развитие у сотрудников продуктивных стратегий поведения в актуальном для них контексте. Навыковое обучение включает в себя учебные мероприятия для уже работающих сотрудников по направлениям: «Техника продаж (продвинутая)», «Допродажи», «Пакетные продажи», «Ассортимент торгового зала», «Тренинг по

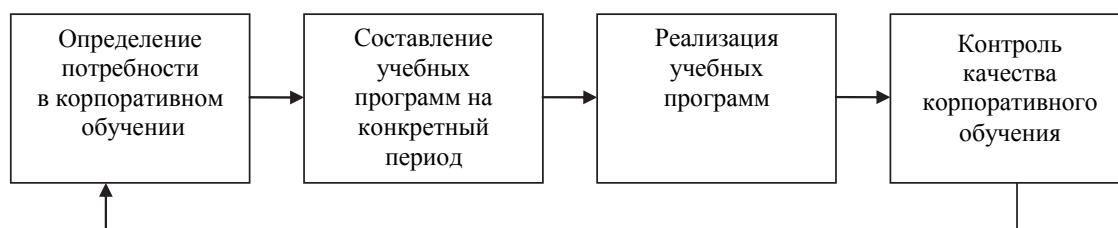


Рис. 2. Схема организации навыкового обучения в учебном центре 36,6

собственной торговой марке (интерактивный)», серия мастер-классов от руководства компании «Школа директора аптеки (ШДА)», тренинги по фармпорядку, фармакологии и другим специальным дисциплинам.

Проект «Школа директора аптеки» направлен на повышение управленческой эффективности руководителей аптечных учреждений и заключается в систематической передаче знаний и опыта руководством компании директорам аптек в формате личных встреч, собраний, проблемных дискуссий. Еще одним направлением профессиональной подготовки персонала является проект «Корпоративная академия» (сотрудничество с ведущими профильными вузами). В рамках проекта тренинги для сотрудников аптечной сети в Москве проводят ведущие преподаватели и профессора Первого МГМУ им. И.М. Сеченова², для территориально удаленных сотрудников организуются лекции совместно с местными учебными заведениями и онлайн-мероприятия с центральным офисом.

Проведение обучения продуктам также призвано содействовать основному бизнесу и увеличению продаж. Обладая безукоризненным знанием продукта, сотрудник первого стола всегда может предложить клиенту именно то, за чем он пришел, даже если он сам не знает, что ему нужно. Имея в виду особенности того или иного препарата, парафармацевтической продукции, сотрудник может подобрать приемлемый вариант для клиента, исходя из его ситуации и финансовых возможностей, например, предложив препарат-дженерик³. Тренинги по продукту тесно связаны с курсами по технике продаж – если в первом случае речь идет о том, как продавать, то во втором – что и как продавать [5].

Ключевые вопросы, которыми задаются в 36,6 при формировании учебных программ – «кого учить», «чему учить?» и «как учить?». При ответе на них обозначаются проблемы, на решение которых направлена работа центра обучения и раскрываются механизмы, с помощью которых реализуется деятельность подразделения.

«Кого учить?». Ответ на данный вопрос является поиском оптимальной точки приложения усилий с тем, чтобы с наименьшими затратами получить значительный результат. Фокусируясь на обучении линейного продающего персонала (сотрудников первого стола аптечных учреждений), являющихся входной точкой поступления денежных средств в компанию на уровне розницы, достигается максимальный возврат инвестиций в обучение в кратко- и среднесрочной перспективе.

² Первый Московский Государственный Медицинский Университет имени Ивана Михайловича Сеченова.

³ Дженерики – воспроизведенные лекарственные средства, взаимозаменяемые с их патентованными аналогами, введенные (продающиеся) на рынок после истечения сроков патентной защиты на соответствующий защищенный патентом препарат.

Данный процесс был запущен в рамках генерального принципа функционирования учебного центра – системной работы в целях содействия основному бизнесу. Идеи нацеленности корпоративного обучения на конкретные бизнес-результаты придерживаются и Джеймс и Венди Киркпатрик [3]. Как известно, общая эффективность системы определяется эффективностью ее самого слабого элемента, поэтому в компании исповедуется комплексный подход к решению всех задач, и обучение персонала не исключение.

«Чему учить?». Вместе с ответом на вопрос «как учить» способствует пониманию источника, препятствующего эффективности, изменениям и росту. В настоящий момент в связи с широким предложением на розничном рынке фармацевтической продукции конкуренция по ценовому предложению отходит на второй план, и устойчиво наметилась тенденция по борьбе за клиента на уровне качества сервиса. Со стороны обучения это означает, что при реализации на практике концепции непрерывного образования достигается постоянное обновление знаний персонала – как специальных, так и общих. Ввиду утилитарного подхода к организации работы учебного центра, большая часть усилий уделяется отработке навыков, которые впоследствии будут применяться сотрудником в ежедневной работе.

Возможные направления (и цели) обучения персонала компании выглядят следующим образом:

- обучение новым продуктам;
- освоение новых навыков при возникновении новых задач;
- систематизация имеющихся знаний;
- получение опыта в новой области;
- восполнение пробелов в имеющихся знаниях, умениях, навыках, опыте;
- дополнительная мотивация сотрудника;
- направление усилий сотрудников на стратегические цели компании;
- снятие сопротивления в ситуации изменений в компании (направлении структуры, модели управления и т. п.).

Помимо очевидного влияния обучения персонала по данным направлениям на бизнес-результаты компании, достигается формирование инновационной культуры компании, важной составляющей при переходе на инновационный путь развития.

«Как учить?». Эффективность выполнения основной задачи корпоративного университета – повышения квалификации персонала – во многом определяется уровнем и набором используемых методов с соблюдением формата непрерывного обучения и учетом нацеленности на достижение долгосрочных планов компании.

Часто возникающие проблемы и пути их решения

Автор поставил своей задачей обобщить наиболее часто возникающие проблемы в деятельно-

Предпринимательская деятельность

сти учебного центра торговой компании и дать рекомендации по их эффективному решению. Результаты исследования отражены в таблице.

Причин для создания внутреннего учебного центра немало. Среди главных – острая потребность бизнеса в системе, которая бы решала задачи по повышению доходности, снижению издержек и способствовала увеличению производительности труда, закладывала основы инновационной деятельности и повышала общую конкурентоспособность компании на рынке. Корпоративный учебный центр призван выступать инструментом

по накоплению знаний, фиксатором изменений и способствовать развитию культуры организации.

В силу подчиненности функционирования учебного центра стратегическим целям организации в современных условиях деятельность системы чаще всего выстраивается под «зарабатывающей» подразделения, что и является определяющей направленностью работы. Вместе с тем в функционировании подразделения необходима гибкость, что позволяет адаптировать реализуемые программы и проекты под запросы бизнеса и требования внешней среды.

Часто возникающие проблемы в деятельности корпоративного учебного центра торговой компании и рекомендации по их решению

Проблема	Рекомендации
Отсутствие мотивации персонала к обучению	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организация учебных мероприятий в рабочее время в часы минимального трафика. 2. Создание системы материальной и нематериальной мотивации сотрудников к обучению методом поощрений и взысканий. 3. Развитие активной двусторонней коммуникации с сотрудниками, повышение качества обучения
Контроль качества обучения, измерение его эффективности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ориентация на динамику изменений экономических показателей деятельности компании при оценке эффективности обучения (показатели суммы среднего чека, наполняемости чека, учет финансовых показателей продаж товарных категорий, по которым недавно проводилось обучение). 2. Учет качественных показателей уровня достижения учебных целей согласно модели оценки Блума [4]. 3. Измерение интереса сотрудников к учебным программам (количество записавшихся на занятия, анализ обратной связи по итогам учебных мероприятий). 4. Метод экспертных оценок – оценка повышения качества подготовки персонала до уровня, позволяющего компании решать сложные задачи, стандартизация уровня подготовленности персонала по всем регионам, оценка увеличения степени удовлетворенности клиентов и другие. 5. Оценка влияния деятельности учебного центра на развитие корпоративной культуры и коммуникаций между подразделениями
Увеличение эффективности от затрат на обучение персонала	<ol style="list-style-type: none"> 1. Постоянная актуализация учебных программ. 2. Мониторинг эффективности обучения в динамике по нескольким количественным и качественным показателям. 3. Внедрение новых методов, методик и технологий, инновационный подход в организации работы учебного центра компании
Формирование площадки для регулярного обмена знаниями и передачи опыта; формализация, систематизация, обновление и содействие распространению новых знаний	<p>Применение подхода к формированию в компании системы обучения смешанного типа с элементами СДО. Оптимальное сочетание электронных решений и традиционного подхода к обучению дают результат, при котором достигается формирование площадки для регулярного обмена знаниями. (создание Банка знаний компании, его наполнение и актуализация, обязательное обучение не менее 3 раз в год, регулярное проведение ШДА). Благодаря данным мерам достигается систематизация, обновление и содействие распространению знаний – активная поддержка электронных баз знаний, создание условий по активному участию персонала в его пополнении. Электронные средства коммуникации и хранения информации играют существенную роль в закреплении, распространении и тиражировании информации [2]</p>
Создание системы оценки знаний и умений	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создание понятной универсальной модели компетенций для сотрудников разного уровня и имеющей направленность на выполнение стратегических целей и задач. 2. Рекомендуется создавать прозрачные условия назначения на руководящие должности, обозначать возможности карьерного роста в компании и условия достижения каждого нового уровня
Недостаточность и неравномерность развитости управленческих навыков у руководителей аптек	<p>Для решения этой проблемы необходимо использовать комплексный подход: очертить круг компетенций, на которые будет сделан упор при разработке учебных программ, исходя из задач компании. Далее необходимо совместить созданную модель с результатами последней оценки конкретной категории персонала со срезом по всем регионам, подобрать методики для развития выбранных компетенций до необходимого уровня, определить формат мероприятий, в рамках которых будет проходить обучение [6]</p>

Литература

1. Кузнецов, В.В. Корпоративное образование / В.В. Кузнецов. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2010. – 227 с.

2. Новые тренды корпоративного обучения 2011. – <http://www.smart-edu.com/stati-korporativnoe-obucheniye/new-learning-trends.html>

3. Три шага к эффективности обучения. – <http://hrm.ru/tri-shaga-k-ehffektivnosti-obucheniya>

4. Оценка эффективности обучения персонала. – <http://www.smart-edu.com/obucheniye-personala/otsenka-ehffektivnosti-obucheniya-personala.html>

5. Коломиец, М.В. Аптека: путь к успеху / М.В. Коломиец. – М.: Международный центр фин-эк. развития, 2006. – 196 с.

6. Магура, М.И. Обучение персонала как конкурентное преимущество / М.И. Магура, М.Б. Курбатова. – М.: Журнал «Управление персоналом», 2004. – 216 с.

Поступила в редакцию 10 сентября 2012 г.

Шагвалеев Антон Маратович. Аспирант, Московский Институт предпринимательства и права. Область научных интересов – совершенствование деятельности торговых компаний с целью повышения конкурентоспособности. Контактный телефон: +7(909)6895613, e-mail: Shagvaleyev@rambler.ru.

Anton Maratovich Shagvaleyev, Post-graduate student of Moscow Institute of Entrepreneurship and Law. Research interests: to raise the level of competitiveness of retail companies by the way of the improving business processes. Contacts phone: +7(909)6895613, e-mail: Shagvaleyev@rambler.ru.

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ

В.Ю. Шевров, И.Ю. Окольнишникова

Анализируется стратегическая составляющая ресурсного потенциала предприятия, основу которой в условиях инновационной модели развития экономики формируют интеллектуальные ресурсы; рассматриваются основные причины низкой инновационной активности российских предпринимательских структур; анализируются объективные предпосылки разработки и реализации инновационной стратегии предприятия, ориентированного на формирование рыночных конкурентных преимуществ в условиях нестабильной среды.

Ключевые слова: ресурсный потенциал организации; стратегический актив ресурсного потенциала предпринимательской структуры; стратегия инновационного развития; инновационно-креативная основа; конкурентные преимущества; рыночная и ресурсная составляющая системного подхода в управлении организацией.

Особое место в устойчивом и поступательном развитии организации в условиях нестабильной среды функционирования отводится проблемам формирования и эффективного использования ее ресурсного потенциала. В целом категория «потенциал» довольно широко используется в научной литературе в качестве оценки и выступает как производственный, финансовый, инвестиционный, интеллектуальный, экономический, трудовой, информационный и т. д.

В самом общем виде «потенциал» представляет собой совокупность средств, запасов, источников, имеющихся в наличии, которые могут быть мобилизованы, приведены в действие, использованы для достижения цели [1, 10]. Иногда термин потенциал трактуется как «возможности» или «способность», но в каждый определенный момент времени можно обозначить совокупность средств, определяющих данную способность [2].

Под ресурсным потенциалом предприятия в данной работе понимается совокупность имеющихся и сопряженных между собой ресурсов, обеспечивающих реализацию производственной деятельности, эффективное использование которых позволяет достигнуть устойчивых конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе.

Анализируя субъект предпринимательской деятельности как реально функционирующий хозяйственный механизм, следует учитывать, что одни виды ресурсов нацелены на достижение стратегических задач, а другие на решение оперативно-тактических. Основная направленность их системного взаимодействия определяется конкретной социально-экономической ситуацией, решаемой текущей задачей или стратегическим направлением развития предпринимательской структуры.

Основные структурные составляющие ресурсного потенциала субъекта хозяйствования носят организационный характер, поскольку они мобилизуются и стратегически используются при осуществлении предпринимательской деятельности. При этом весьма значимой является роль управляющего фактора, посредством которого происходит стратегическое планирование и использование определенного вида ресурсов для достижения конкурентных преимуществ предпринимательской структуры.

Стратегическая ориентация устойчивого развития предприятия обуславливает необходимость структурирования ресурсного потенциала на подсистемы, организационно-экономическое взаимодействие которых определяют возможности реализации как оперативно-тактических, так и стратегических задач развития бизнес-структуры.

Механизм организационно-экономического взаимодействия процессов использования структурных составляющих ресурсного потенциала определяет, по сути, и стратегическую ориентацию субъекта хозяйствования и тем самым устанавливая необходимый уровень его экономической эффективности функционирования на рынке.

В данном аспекте возникает объективно-необходимая потребность в определении стратегии формирования ресурсного потенциала предприятия, использование которого составит основу его концепции развития в условиях нестабильной среды.

В условиях усиления конкурентной борьбы основная задача, которую должна решать такая стратегия, состоит во внедрении инноваций и прогрессивных технологий в производственный процесс. Разработка и реализация концепции должна базироваться на стратегическом активе ресурсного потенциала предприятия, основу которого, в усло-

виях перехода к инновационной экономике, составляют интеллектуальные ресурсы.

Следует подчеркнуть, что устойчивое развитие экономик ведущих стран определяется инновационными процессами, выполняющими роль механизма стратегического развития. Это явилось определяющим фактором их перехода от индустриальной эпохи к инновационной. Экономическая система развитых стран мира становится все более интеллектуальной и все в меньшей степени зависит от сырьевых ресурсов.

Мировой опыт показывает, что наибольших успехов в хозяйственном развитии в последнее десятилетие добиваются инновационно-ориентированные предприятия. К таким структурам в первую очередь можно отнести многие корпорации и фирмы США, Японии, Великобритании, Германии; в этих государствах стержнем экономической стратегии является не просто развитие высокотехнологических производств, а достижение инновационной сбалансированности – оптимизации роли и величины инновационного компонента [3–5].

Наряду с мировыми тенденциями российская экономика пока не становится инновационной и продолжает терять свою конкурентоспособность. Так, в рейтинге 133 стран по конкурентоспособности на 2009–2010 гг. Россия опустилась с 51-го на 63-е место. В условиях мирового экономического кризиса в очередной раз подтвердились факты низкой конкурентоспособности российских предпринимательских структур [6].

Можно полагать, что это происходит из-за того, что многие субъекты хозяйствования, составляющие в каждой развитой стране мира экономическую основу, давно уже лишились притока инвестиций и инновационного обеспечения.

Анализ показывает, что в отечественном реальном секторе экономики преобладают в основном морально и физически изношенные машины и оборудование, что не позволяет осваивать и вне-

дирать передовые инновационные технологии. Вследствие этого увеличивается технологическое отставание от зарубежных конкурентов.

Так, вследствие падения инновационной активности отечественных предприятий доля России на мировом рынке наукоемкой продукции в 2009 г. составила менее 0,3 %, тогда как в США – 36, Японии – 30, Германии – 17 %. Из года в год растет приток в нашу страну импортных товаров в основном широкого потребления [6].

Это в свою очередь свидетельствует о достаточно низкой инновационной активности предпринимательского сектора экономики, об отсутствии эффективного механизма формирования и реализации государственной инновационной стратегии.

Эксперты полагают, что сохранение нынешней технологической структуры неизбежно приведет к дальнейшему ускоренному падению конкурентоспособности национальной хозяйственной системы.

Статистические данные (рис. 1) свидетельствуют о замедлении темпов роста промышленных предприятий, осуществляющих технологические инновации. За период 2000–2011 гг. удельный вес промышленных предприятий, осуществляющих технологические инновации, колеблется в пределах 9,3–10,6 %. Это по существу означает застой в освоении инноваций предпринимательскими структурами (рис. 2).

В данном контексте призывы правительства РФ по модернизации хозяйственной системы России остаются нереализованными в практической деятельности субъектов хозяйствования. Сохранение в обозримом будущем сложившейся тенденции приведет к дальнейшему снижению конкурентоспособности промышленных предприятий, что весьма негативно отразится в целом на реальном секторе экономики.

Причем отечественные предприятия теряют

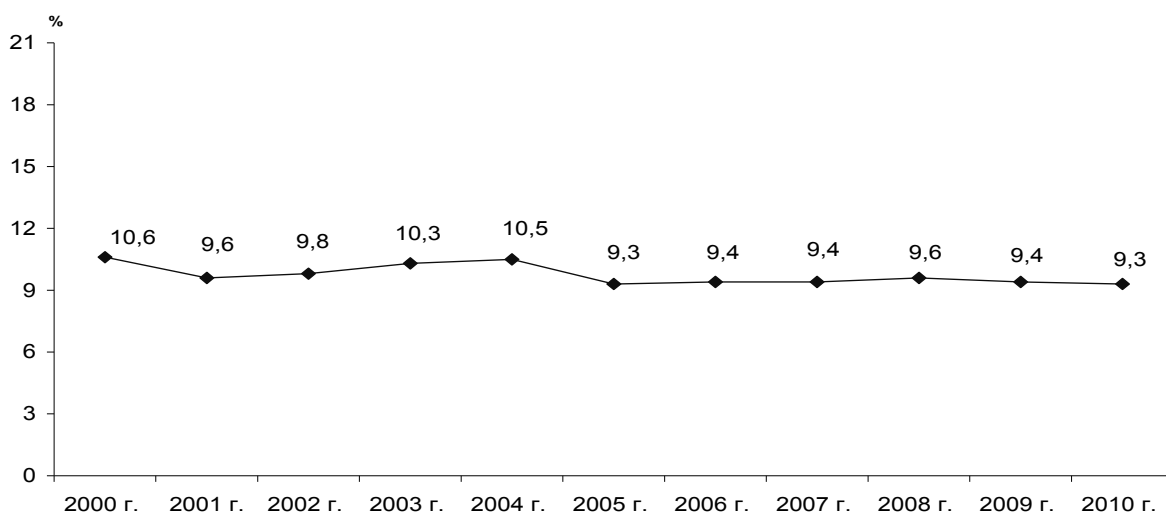


Рис. 1. Інноваційна активність організацій промислового виробництва [7]

Предпринимательская деятельность

позиции не только на мировом рынке, сегодня постепенно происходит утрата экономических позиций, и что особенно досадно, по большой товарной группе, и на внутреннем рынке.

Как видно на рис. 2, наибольший удельный вес организаций промышленного производства, осуществлявших технологические инновации, принадлежат предприятиям крупного бизнеса. На предприятиях малого и среднего бизнеса удельный вес организаций промышленного производства, осуществлявших технологические инновации, остается довольно скромным и составляет порядка 5,9–11,9 %.

Внутри системы малого предпринимательства (рис. 3) также отчетливо видна тенденция, согласно которой наибольший удельный вес субъектов малого предпринимательства промышленного производства, осуществляющих технологические инновации, имеют малые предприятия (МП) с численностью 80 и более человек. Хотя процент малых предприятий, использующих технологические нововведения в предпринимательской деятельности, все же остается довольно скромным и составляет порядка 5,8–7,8 %.

С данной аналитической позиции можно сделать вывод, что важнейшей отличительной чертой российского малого бизнеса является неинновационный характер его развития.

Основной причиной низкого уровня развития инновационной деятельности сферы малого предпринимательства в России до последнего времени было отсутствие сколько-нибудь серьезного внутреннего спроса и, как следствие, низкая доходность этой деятельности.

Необходимо отметить, что на научно-технические разработки должен быть эффективный спрос. На практике в кризисной российской экономике (в первую очередь – в промышленности) 1990-х годов его практически не было. Для сравнения – по данным Фонда «Бюро экономического анализа» внедрением инноваций в Германии, США, Франции и Японии занимается от 70 до 82 % субъектов предпринимательской деятельности.

Дело заключается в том, что в отечественном малом бизнесе доминируют предприятия, создающие относительно незначительную добавленную стоимость – торговля, общественное питание и т. п. Наиболее рентабельными оказываются, судя по результатам опросов, оптовая торговля и общественное питание, тогда как инновационная деятельность является второстепенной, причем здесь наблюдается абсолютное превышение убыточных малых предприятий над прибыльными субъектами хозяйствования.

Прибыльность в торговле и общественном питании превышает средние значения отраслевой прибыльности, судя по самооценкам предпринимателей, примерно в три раза. То есть сравнительная «простота» отраслевого приложения сил и капитала оказывается залогом прибыльности малого бизнеса.

Ко всему прочему следует добавить, что неопределенность в хозяйственной деятельности, как и топливно-сырьевая ориентация национальной экономики, во многом предопределяет низкий уровень формирования инновационной стратегии развития отечественных бизнес-структур.

Еще одна проблема, связанная с осуществлением технологических инноваций, связана с про-

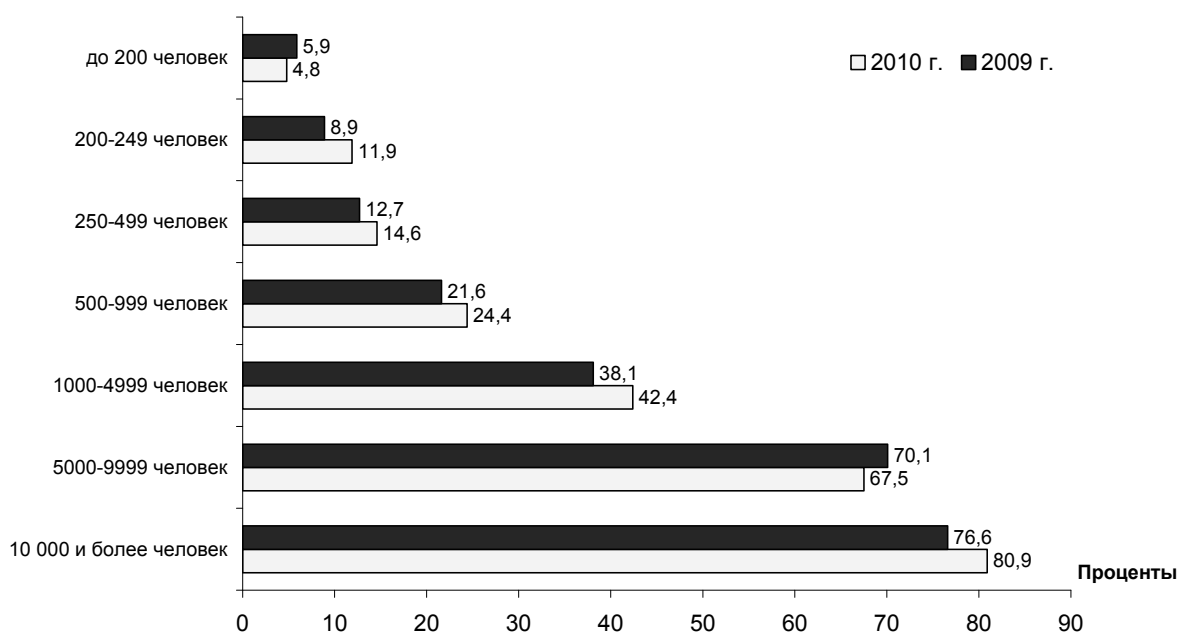


Рис. 2. Удельный вес организаций промышленного производства, осуществляющих технологические инновации, в группах организаций по численности работников: 2009, 2010 гг. [7]

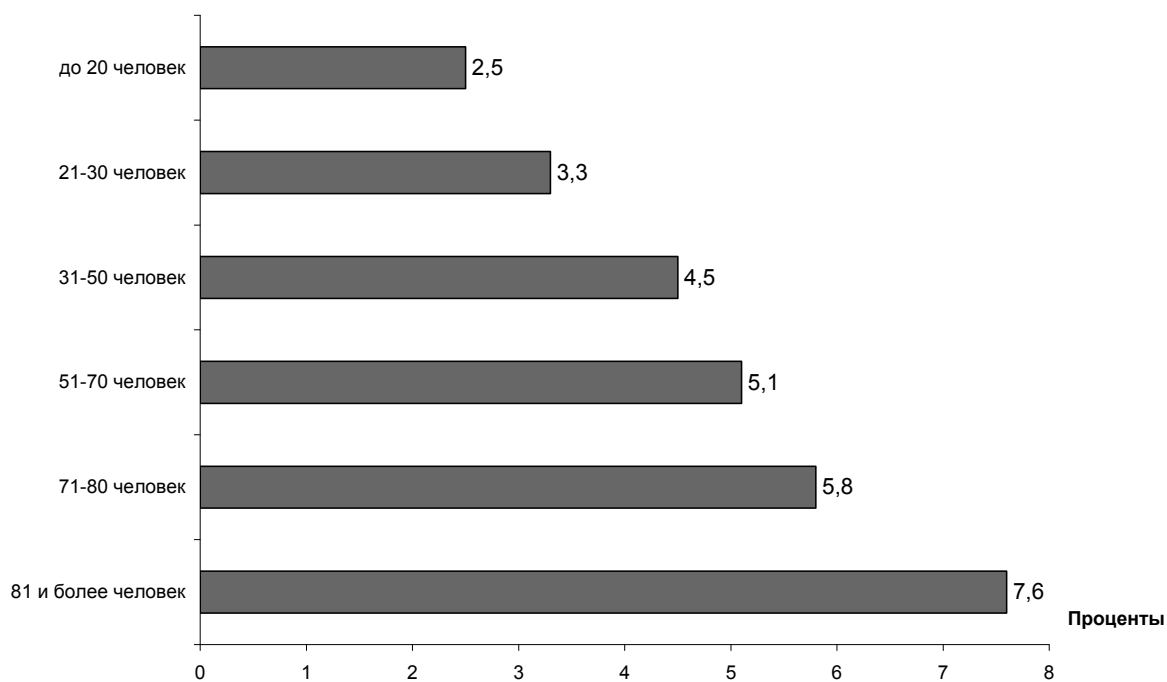


Рис. 3. Удельный вес субъектов малого предпринимательства промышленного производства, осуществляющих технологические инновации, в группах организаций по численности работников: 2009, 2010 гг. [7]

блемой квалификации трудовых ресурсов. Острее всего, по словам специалистов по найму, на высокотехнологических предприятиях сегодня ощущается проблема квалифицированных рабочих кадров.

Представители малого и среднего бизнеса отмечают: самая сильная конкуренция сегодня – не за потребителя, а за хороших сотрудников. По данным исследования компании HeadHunter, в Петербурге и других регионах Северо-Западного федерального округа 9 из 10 компаний испытывают трудности в подборе персонала. Люди на рынке есть, но их знания часто не соответствуют потребностям современного промышленного производства.

Впрочем, это беда не только малого предпринимательства – крупные предприятия испытывают аналогичные проблемы. Сейчас, когда престиж работы в промышленности подорван, поиск персонала еще более усложнился; 44 % крупных предприятий не могут полноценно закрыть существующие вакансии.

По данным статистики, на одну открытую вакансию в Петербурге в настоящее время приходится в среднем всего 1,5 резюме. Выбор у работодателя крайне ограничен. На практике это означает, что рынок квалифицированных специалистов (а именно такие нужны предприятиям высоких технологий) фактически пуст. Опытные работники, как правило, заняты, а основную массу соискателей составляют либо кандидаты без опыта (вчерашие выпускники вузов), либо специалисты с какими-то недостатками.

Как утверждают специалисты по найму крупных предприятий, чтобы найти подходящего ин-

женера или квалифицированного рабочего, им придется «перелопачивать» сотни резюме. А по некоторым вакансиям – например, станочника 5–6 разряда – достойных соискателей и вовсе нет. Объясняется это просто: готовить этих профессионалов перестали 10 лет назад. Поэтому нет молодых специалистов, и профессия просто «вымирает» [8].

Как было отмечено выше, стратегическая составляющая ресурсного потенциала предпринимательских структур в условиях усиления конкурентной борьбы приобретает особую значимость. С данной позиции становится очевидным, что определяющую роль в формировании устойчивых конкурентных преимуществ предприятия играют не столько материальные активы, сколько интеллектуальные ресурсы, или знания. Стратегический характер знаний, как системообразующего элемента ресурсного потенциала предпринимательской структуры, особенно очевиден в период формирования экономики инновационного типа.

Специфическими признаками постиндустриальной экономики являются следующие характерные черты:

- а) высокий уровень значимости деятельности, связанной с производством, хранением, передачей и производством знаний;
- б) увеличение удельного веса инновационных продуктов и услуг;
- в) широкое использование инновационных технологий, обеспечивающих устойчивое функционирование на рынке;

г) усиление процессов глобализации мировой хозяйственной системы и конкуренции, которые в совокупности сокращают жизненный цикл продукции и приводят к необходимости разработки, внедрения и реализации инноваций.

Интеллектуальные ресурсы представляют собой совокупность материальных и нематериальных объектов в виде специального оборудования, квалификации и базового образования персонала, системы организации и стимулирования инновационной деятельности и т. п. [9].

Вместе с тем следует отметить, что социально-экономическая эффективность интеллектуальных ресурсов реализуется в контексте конкретной инновационной стратегии развития бизнеса. Вне определенного контекста данные ресурсы могут быть практически не использованными, а следовательно, их эффективность имеют значение близкое к нулю. Поэтому наиболее рациональным является использование интеллектуальных ресурсов в процессе реализации стратегической концепции по созданию новых технологий, инновационных видов продукции и т. д.

Таким образом, конечный результат деятельности предпринимательской структуры будет тем больше, чем выше уровень организации научных исследований и разработок, концентрации необходимых интеллектуальных и других видов ресурсов для достижения стратегических целей бизнеса.

С данной позиции знания представляют стратегический ресурс современного предприятия и по существу являются креативной основой его ресурсного потенциала. Именно знания, интеллектуальные ресурсы предприятия в современных условиях представляют собой механизм инновационного обеспечения устойчивых конкурентных преимуществ.

В целом следует отметить, что согласно классическому подходу ресурсного обеспечения инновационной активности хозяйствующий субъект, вставший на инновационный путь развития, должен самостоятельно определять оптимальную величину средств, направляемых на разработку и создание инновационного продукта. При этом спрос на нововведение уже существует или спрогнозирован с определенной долей вероятности. Следовательно, помимо ресурсообеспеченности инновационного процесса, не менее важным критерием, определяющим возможное направление инновационного развития, является рыночный спрос на результаты инновационной деятельности. Оба указанных укрупненных критерия выступают и как ограничители инновационной активности предприятия, лимитируют рамки и масштабы научно-технического поиска.

Зарубежный опыт управления предпринимательскими структурами показывает, что основной упор при внедрении нововведений делается на усовершенствование механизма принятия управ-

ленческих решений: информатизацию, мониторинг и прогнозирование рынка, разработки по совершенствованию процессов продвижения продукции и оптимизации товародвижения. В данном аспекте маркетинг является одной из важнейших стадий инновационного процесса, определяющий его социально-экономическую эффективность.

При формировании стратегии инновационного развития предприятию необходимо использовать системный подход, включающий, с одной стороны, рыночную составляющую, а с другой – ресурсную.

Рыночная составляющая предполагает структурный анализ основных факторов внешней среды, который позволяет определить целевые рынки сбыта своей продукции, выявить наиболее перспективные рыночные сегменты. Ресурсная составляющая направлена на оптимизацию и эффективное использование всех видов ресурсов организации.

Комплексное использование материальных и нематериальных активов предприятия позволяет сформировать конкурентные преимущества на целевых рыночных сегментах и тем самым повысить экономическую устойчивость бизнес-структуры. По существу рассматриваемые структурные составляющие являются основными компонентами инновационной стратегии. При осуществлении практической деятельности необходимо их рациональное сочетание, которое позволит обеспечить предприятию устойчивое развитие на инновационной основе.

Исследование стратегической составляющей ресурсного потенциала предпринимательских структур приобретает особую актуальность в связи с тем, что для эффективной реализации инновационной деятельности необходима достоверная информация не только о закономерностях развития экономики страны, но и о сущности процессов, протекающих непосредственно на предприятиях, осуществляющих технологические нововведения.

Литература

1. *Предпринимательство как стратегический ресурс развития хозяйственной системы / под ред. В.А. Гневко. – СПб.: Изд-во АУЭ, 2010.*
2. *Большая советская энциклопедия. – М., 1977. – Т. 20.*
3. *Стратегия развития предпринимательства в реальном секторе экономики / под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: Наука, 2007.*
4. *Интернет ресурсы: <http://www.bishelp.ru>.*
5. *Формирование новых экономических отношений в России: государственные и рыночные механизмы регулирования / под ред. В.А. Гневко. – СПб.: Изд-во АУЭ, 2008.*
6. *Хубиев, К. Инновационная экономика и генезис новых отношений / К. Хубиев // Экономист. – 2012. – № 3.*
7. *Статистика инноваций в России. –*

http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/nauka/priO.pdf.

8. Блохин, А.А. Институциональные условия и факторы модернизации российской экономики / А.А. Блохин. – М: Макс-Пресс, 2007.

9. Лесина, Т. Люди есть, работать некому / Т. Лесина // Еженедельник «МК» в ПИТЕРЕ». – 31.11.2012.

10. Багиев, Г.Л. Маркетинг взаимодействия: учебник для вузов / Г.Л. Багиев. – СПб.: Астерион, 2011.

Поступила в редакцию 26 ноября 2012 г.

Шевров Влад Юрьевич. Аспирант очной формы обучения Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – маркетинг, маркетинговые коммуникации, брендинг, экономика предпринимательства. Тел. 89068925540, e-mail: 15958@mail.ru.

Vlad Yurievich Shevrov. Full-time post-graduate student of Trade and Economic Faculty of South Ural state University (Chelyabinsk). Research interests: marketing, marketing communications, branding, business economics. Tel.: 89068925540, e-mail: 15958@mail.ru.

Околнишникова Ирина Юрьевна. Доктор экономических наук, декан торгово-экономического факультета, заведующий кафедрой «Маркетинговые коммуникации», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – маркетинг, маркетинговые коммуникации, брендинг, экономика предпринимательства. Контактные телефоны: 89080812355, (8-351) 267-92-88, 267-97-36, e-mail: okolnishnikova@yandex.ru.

Irina Yurievna Okolnishnikova, Doctor of Science (Economics), Head of Marketing Communications Department, the dean of Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: marketing, marketing communications, branding, business economics. Contact phone number: 89080812355, (8-351) 267-92-88, 267-97-36, e-mail: okolnishnikova@yandex.ru.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ СМЕТНОГО НОРМИРОВАНИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

И.Г. Шепелев, И.П. Савельева, М.С. Овчинникова

Статья посвящена проблемам развития строительной отрасли в части совершенствования действующей системы формирования цен на продукцию строительства. Подробно рассмотрена история развития системы ценообразования в России, а также проанализирован состав действующей системы, выявлены проблемы и предложены пути их решения.

Ключевые слова: экономика строительства, стоимость строительства, сметная стоимость, сметная норма.

Существующий экономический кризис привел к крупномасштабному сокращению доходов бюджетов всех уровней. Причем наибольшие потери понесли региональные бюджеты, что неизбежно приводит к поиску рациональных решений в вопросах эффективного использования бюджетных средств, задействованных в строительной отрасли. В этой связи одним из важнейших направлений исследований представляется совершенствование действующей системы ценообразования в строительстве, имеющей ряд существенных недостатков.

Важным элементом в инвестиционной сфере строительной отрасли является сметное нормирование и ценообразование, которое представляет собой многоплановый, динамичный процесс, который изменяется вслед за изменением законодательных и правовых основ, экономическим развитием государства и является важнейшим элементом экономических взаимоотношений всех участников инвестиционной деятельности. Это связано с тем, что в проблеме определения цен для различных участников инвестиционно-строительного комплекса перекрещиваются и сосредотачиваются все основные проблемы отрасли, а также определяются темпы и перспективы дальнейшего ее развития.

На сегодняшний день действующая система сметного нормирования и ценообразования в строительстве на территории Российской Федерации носит уникальный характер: она не имеет аналогов ни в одной отрасли материального производства. Ее становление происходило на базе системы нормирования ресурсов в строительстве, созданной еще для централизованной плановой экономики в СССР.

Если рассмотреть историю развития сметного нормирования, то значительные изменения произошли непосредственно в 1955–56 гг., когда в состав Строительных норм и правил (СНиП) вошли сметные нормы и правила (СНиП IV), изначально они были представлены элементными сметными нормами (ЭСН) на отдельные строи-

тельные конструкции и виды работ, разработанные на основе принципа усреднения. Тогда же были введены в действие среднерайонные сметные цены на эксплуатацию строительных машин, строительные материалы, конструкции и транспортные расходы по перевозке грузов. Элементные сметные нормы и цены на основные ресурсы строительства стали основой формирования сборников единых районных единичных расценок на строительные работы (ЕРЕР). Это стало прочным фундаментом создания в 1957 году государственной сметно-нормативной базы ценообразования в строительстве. В начале 60-х годов на основе ЭСН и ЕРЕР научно-исследовательскими институтами страны были разработаны нормы, применяемые на комплекс работ по возведению конструктивных элементов или зданий и сооружений в целом: укрупненные сметные нормы (УСН), укрупненные расценки (УР) и прейскурантные цены на здания и сооружения (ПРЗС).

Работа над совершенствованием СНиП не прекращалась, в наиболее полном и системном виде они были представлены в СНиП IV-84. Система нормирования в строительстве стала 4-уровневой и содержала следующие виды норм и нормативов:

- производственные нормы и расценки;
- элементные сметные нормы и единичные расценки;
- укрупненные сметные нормы и расценки;
- сводные показатели стоимости и потребности в ресурсах.

Следующий виток развития системы сметного нормирования был связан с переходом на рыночные условия хозяйствования, когда на смену государственному регулированию сметного ценообразования в строительстве пришла система свободных (договорных) цен, формируемых совместно заказчиком и подрядчиком. Однако и в этих условиях сохранилась необходимость регулирования ценообразования в строительстве, поскольку потребность в едином подходе к формированию

стоимости строительства, порядку и формам составления сметных документов по-прежнему существует.

На практике в то время наблюдается вынужденное использование нормативов сметно-информационных баз, разработанных и утвержденных в СССР до 1991 года, производятся некоторые изменения в применяемой базе, которые имеют косметический характер и не затрагивают капитальных, концептуальных основ нормирования, не меняют их сущность – механизма административного планирования и управления инвестиционно-строительной деятельностью.

Новые задачи нормирования строительной подрядной деятельности в условиях рыночных отношений предопределили изменения структуры сметных норм и уточнения содержания в действующих понятиях. Новые подходы к ценообразованию в строительстве получили отражение в Своде правил по определению стоимости строительства в составе предпроектной и проектно-сметной документации СП 81-01-94. Он явился основополагающим методическим документом по ценообразованию в строительстве, в котором определялись цели ценообразования, структура сметных нормативов, порядок определения стоимости строительства.

В 2004 г. Свод правил был заменен Методикой определения стоимости строительной продук-

ции на территории Российской Федерации (МДС 81-35.2004). Методика включила в себя общие положения по ценообразованию и сметному нормированию и конкретные рекомендации по составлению всех форм сметной документации на разные виды работ.

Параллельно велась работа по созданию новой сметно-нормативной базы 2001. Ее содержание и этапы перехода были разработаны Госстроем России, а в разработке приняли участие ряд проектных и научных организаций, региональные центры и координационный центр по ценообразованию в строительстве. Новые сметные нормативы создавались с учетом многолетнего опыта сметного нормирования. В строительном ценообразовании появилась новая точка отсчета применения стоимостного инструментария для базисной оценки инвестиций и подрядной деятельности: взамен 1 января 1984 года – 1 января 2000 года.

В соответствии с программой формирования новой сметно-нормативной базы (рис. 1) были созданы государственные элементные сметные нормы (ГЭСН-2001) и федеральные единичные расценки (ФЕР-2001) на строительные, монтажные, специальные строительные и пусконаладочные работы, нормативы лимитированных (накладных расходов, сметной прибыли, временных зданий и сооружений и др.) и прочих затрат. На базе единой методологии и государственной системы элементных сметных

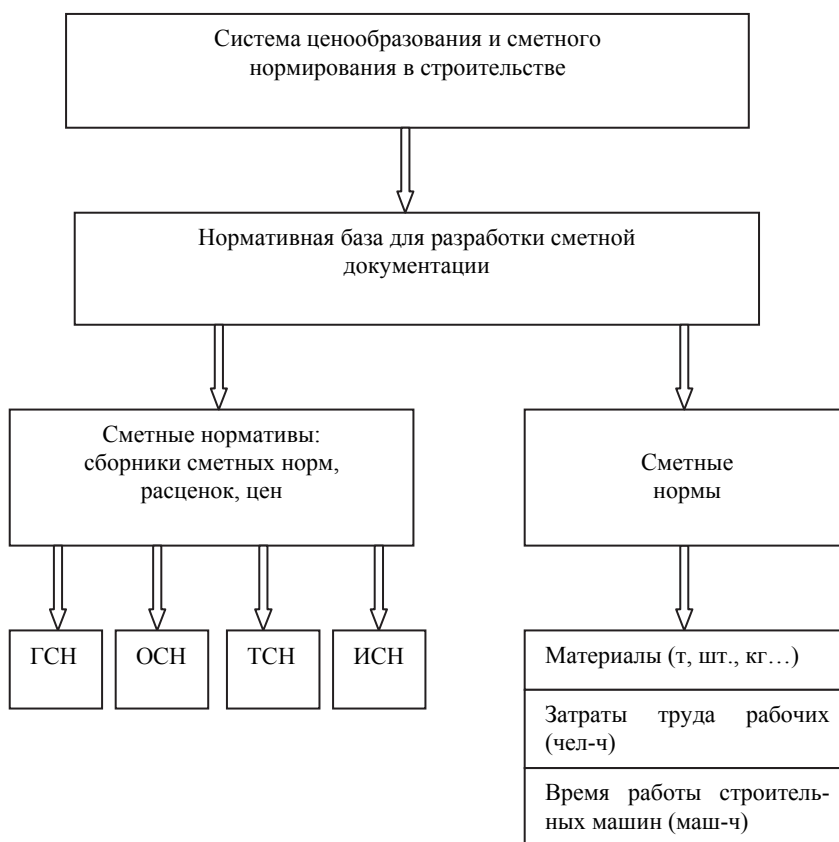


Рис. 1. Нормативная база ценообразования в строительстве

Предпринимательская деятельность

норм в основном разработаны территориальные единичные расценки (ТЕР-2001).

При необходимости могут быть выпущены отраслевые единичные расценки (ОЕР). Сборники сметных цен на ресурсы включают федеральные, территориальные и отраслевые. На федеральном уровне разработаны Сборники сметных расценок на эксплуатацию строительных машин и автотранспортных средств и Сборник сметных цен на материалы, изделия и конструкции (в 5 частях). Федеральные сборники составлены для условий базового района – Московской области в ценах на 01.01.2000 г.

Территориальные Сборники сметных цен на ресурсы разрабатываются в субъектах Федерации обычно в базовых и текущих ценах (с обновлением ежемесячно или раз в квартал) [1].

Со времени разработки нормативной базы в ценах на 01.01.2000 прошло чуть более 10 лет. Система сметного нормирования и ценообразования все это время находилась в непрерывном процессе реформирования, которое заключалось в полном пересмотре сметных нормативов на федеральном и территориальном уровнях. В тот период были выпущены новые варианты сметно-нормативной базы 2001 года.

На федеральном уровне можно выделить следующие виды элементов, входящих в ее состав (рис. 2):

– сборники государственных элементных сметных норм на строительные, монтажные, ремонтно-строительные и пусконаладочные работы (за исключением нескольких сборников на строительство специальных сооружений) – ГЭСН-2001, ГЭСНм-2001, ГЭСНР-2001, ГЭСНп-2001;

– сборники федеральных единичных расценок на аналогичные виды работ (ФЕР-2001, ФЕРм-2001, ФЕРр-2001, ФЕРп-2001);

– сборник сметных норм и расценок на эксплуатацию строительных машин и автотранспортных средств (ФСЭМ-2001);

– сборник сметных цен на материалы, изделия и конструкции, применяемые в строительстве (в 5 частях) – ФСЦМ.

На территориальном уровне выделяется аналогичная структура элементов, разработанная на основе ГСН:

– территориальная сметно-нормативная база (ТСНБ) «Госэталон 1.1.», включающая сборники ТЕР на строительные, монтажные и ремонтно-строительные работы; укрупнённые расценки на конструкции и виды работ жилищно-гражданского строительства;

– прейскурант на наружные сети водопровода и канализации в ценах на 01.01.2001;

– ежемесячно обновляемые сборники средних сметных цен на основные материалы, изделия

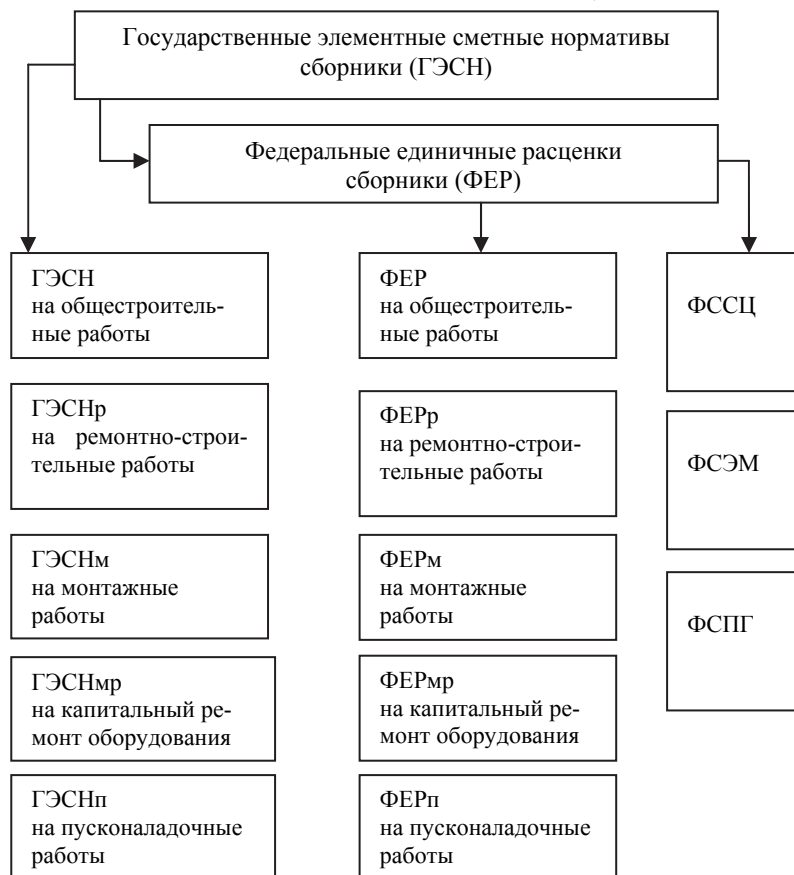


Рис. 2. Структура Федеральной сметно-нормативной базы 2001 г.

и конструкции, применяемые в строительстве (СССЦ);

– тарифные ставки оплаты труда рабочих и система индексов изменения стоимости строительно-монтажных работ по отношению к 01.01.2000 г. (публикуются в журнале «Вестник ценообразования в строительстве»).

К сожалению, многие специалисты в области ценообразования и сметного нормирования отмечают, что сметно-нормативная база изменилась не в лучшую сторону. Вместо того, чтобы заняться разработкой нормативов на новые технологии, обновляя и дополняя сборники элементных сметных норм и единичных расценок, ФГУ ФЦЦС ограничился арифметическим пересчетом норм и расценок 2001 года.

При этом о корректировках методических положений по определению элементов сметной стоимости строительства до сих пор не ведется даже и речь, что практически обнуляет ценность внесенных изменений, которые не принесли пока ничего кроме сложностей определения уместности применения тех или иных сметных нормативов для различных участников инвестиционно-строительного комплекса на разных этапах строительного производства.

Сегодня на федеральном и территориальных уровнях имеется по три варианта сметно-нормативных баз 2001 г. в редакциях: официально отмененной, но пока наиболее применяемой 2001, 2008 и 2009 гг., что создает определенную путаницу при их использовании. При этом нормативная база 2008 г. является обязательной только при определении сметной стоимости строительства, осуществляемого по государственному заказу. При строительстве за счёт средств частных инвесторов стоимость может определяться по любым сметным нормативам [2].

Более того, при отсутствии внесения существенных поправок в методические документы такая база становится лишь непонятным набором цифр, поскольку если нет правил их применения и если нет разработанных методических рекомендаций по каждой позиции в системе сметного нормирования, то она не имеет никакой практической значимости.

Основные проблемы в сметном нормировании и ценообразовании в настоящее время связаны с недостаточным учетом разработчиками в составе действующей сметно-нормативной базы многообразия современных отечественных и зарубежных технологий производства строительных работ, новых средств механизации и транспорта, материалов и оборудования, а также отражения в нормах объективно необходимых производственных и прочих затрат [3].

Если проанализировать изменения, внесенные в сметно-нормативные базы редакции 2008 и 2009 года, то по одинаковым видам работ можно заметить уменьшение величины сметных нормативов

за счет их стоимостной составляющей, т. е. корректировки элементных сметных норм и норм расходования материальных, трудовых и технических ресурсов не производились. А это противоречит всей истории развития сметного нормирования, ведь тогда на первом месте была технология производства, которая определяла состав и количество необходимых ресурсов, и стоимость строительства формировалась как стоимость результата применения тех или иных технологий.

Нельзя забывать и о том, что смета является еще и функцией проекта, а сметные нормативы должны являться функцией технических норм. И если ранее разработкой типовых деталей узлов, проведением соответствующих испытаний и формированием технических норм занимались целые научно-исследовательские институты, то на сегодняшний день нет даже службы, занимающейся техническим нормированием, а разработка «новых» сметных норм производится на основе требований к устаревшим технологиям.

И эта ситуация, конечно же, совершенно недопустима, поскольку невозможно рассматривать вопросы ценообразования в строительстве в отрыве от технологических аспектов строительного производства – технические регламенты должны стать основой формирования сметных нормативов.

Существуют также серьезные проблемы и связанная с ними необходимость совершенствования системы ценообразования в части определения стоимости проектных работ, так как действующая совершенно для них не подходит и действует крайне неэффективно. Ведь проектировщика зачастую совершенно не интересует бюджетное планирование строительных организаций, особенно при создании уникальных объектов или при применении прогрессивных конструктивных элементов и технологических решений.

Выход здесь может быть найден в существенной доработке методов создания укрупненных показателей, предложенных еще в сметно-нормативной базе 1984 года, и практически не используемых в настоящее время в силу того, что не получили соответствующую поддержку современными методическими документами.

В этой связи вспомнить можно, например, метод агрегирования, который был предложен В.Р. Дорожкиным уже много лет назад, когда он представил к рассмотрению очень грамотную концепцию разработки системы укрупненных показателей, в которой предполагался переход от укрупненных ресурсных показателей к стоимости ресурсов, а затем и к стоимости объекта, опираясь на сметно-нормативную базу. Это предложение было одобрено бывшим Госстроем России, и впоследствии забыто, как забыт теперь и сам Госстрой.

В одном из интервью Президент Ассоциации строителей России Николай Кошман, подчеркнул, что новые сметные нормативы и современные комплексы нормативов – сборники базы це-

Предпринимательская деятельность

нообразования в строительстве должны адекватно отражать достигнутый технологический и организационный уровень строительства, соответствовать современным требованиям к качеству конечной продукции, применяемым эффективным строительным материалам, используемым строительным машинам, механизмам, оборудованию, инструменту и высокому уровню квалификации рабочих.

Это становится особенно актуальным на фоне вхождения Российской Федерации в общеевропейскую систему профессиональных стандартов определения стоимости строительства путем унификации строительных норм и правил, действующих на территории единого экономического пространства, гармонизации Европейской и Российской систем технического регулирования.

Рассмотренные проблемы и направления совершенствования системы ценообразования в строительной отрасли приводят к пониманию того, что процесс этот будет долгим и это имеет под собой весьма разумные основания. Но некоторые проблемы участников инвестиционно-строительного комплекса могут быть решены уже сейчас.

В рамках совершенствования действующей системы сметного нормирования и ценообразования должны быть осуществлены следующие действия:

- расширить возможности применения ресурсного метода ценообразования при государственном финансировании;
- приступить к разработке современных сметных нормативов с привлечением профессиона-

лов, в т. ч. из консалтинговых фирм, занимающихся вопросами ценообразования в строительстве;

- обеспечить участие государственных органов управления строительством в формировании политики ценообразования, проведении грамотной экспертизы сметной документации на строительство, а также при разработке новой системы сметного нормирования на основе технических регламентов;

- упростить процесс согласования и утверждения индивидуальных сметных нормативов с целью своевременного пополнения нормативных документов нормами и расценками на новые технологии.

Перечисленные меры пусть и не решат всех обозначенных проблем, но дадут возможность задать верное направление на пути к достоверному определению размера требуемых капитальных вложений в строительство как для государственного, так и для частного заказчика.

Литература

1. *История сметного дела.* – http://www.all-smety.ru/Polezno_znat/istoria_smetnogo_dela.php

2. *Барановская, Н.И. Проблемы современного ценообразования в строительстве / Н.И. Барановская.* – <http://profsmeta3dn.ru/publ/1-1-0-57>;

3. *Шабаева, Е.А. Проблема оценки стоимости применения инноваций в строительстве / Е.А. Шабаева // Электронный научный журнал Нефтегазовое дело.* – 2011. – № 2. – С. 332–345.

Поступила в редакцию 8 февраля 2013 г.

Шепелев Иван Георгиевич. Доктор экономических наук, профессор кафедры экономики, управления и инвестиций, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – различные аспекты экономической деятельности инвестиционно-строительного комплекса. Контактный телефон: (8-351) 267-91-06.

Ivan Georgievich Shepelev. Doctor of Economics, professor of the Economics, Management and Investment Department, South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: various aspects of economic activity in the area of construction investment. Contact phone number: (8-351) 267-91-06.

Савельева Ирина Петровна. Доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и менеджмента, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – различные аспекты экономической деятельности инвестиционно-строительного комплекса. Контактный телефон: (8-351) 267-99-95.

Irina Petrovna Saveleva. Doctor of Science (Economics), associate professor, head of Marketing and Management Department, South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: various aspects of economic activity in the area of construction investment. Contact phone number: (8-351) 267-99-95.

Овчинникова Марина Сергеевна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, управления и инвестиций, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – различные аспекты экономической деятельности инвестиционно-строительного комплекса. Контактный телефон: (8-351) 267-92-80.

Marina Sergeevna Ovchinnikova. Candidate of Science (Economics), associate professor of Economics, Management and Investment Department, South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: various aspects of economic activity in the area of construction investment. Contact phone number: (8-351) 267-92-80.

БИЗНЕС-ИДЕЯ КАК ЦЕНТРАЛЬНОЕ ЗВЕНО ПРОЕКТА БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Б.В. Шмаков, А.В. Карпушкина

Рассмотрена сущность предпринимательства через личные качества человека, занимающегося предпринимательской деятельностью в аспекте проявления их в социуме и существующих институтах.

Ключевые слова: бизнес-идея, предпринимательство, развитие бизнеса.

В Законе РФ от 25 декабря 1990 г. «О предприятиях и предпринимательской деятельности», а также в части первой Гражданского кодекса Российской Федерации (п. 1 ст. 2 ГК РФ) предпринимательской деятельностью является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном порядке.

Такое толкование упрощено, поскольку отождествляет предпринимательство с любой деятельностью, приносящей доход. При таком рассмотрении в предпринимательскую деятельность попадает деятельность, связанная с выпуском новой продукции по собственному патенту и открытие торговой точки хлебобулочными изделиями.

Рассмотрим сущность предпринимательства через функции, осуществляемые предпринимателем при развертывании своего дела. Как правило, это общепологающие функции, присущие всем направлениям деятельности [1, 4]:

- общеэкономическая функция, обусловленная ролью любых субъектов рынка;
- ресурсная функция, обусловленная необходимостью эффективного использования ресурсов, как правило, обладающих свойством ограниченности;
- инновационная (творческо-поисковая) функция, присущая любой деятельности, однако наиболее остро стоящая перед предпринимательской деятельностью;
- социальная функция – созданием возможностей для получения соответствующих доходов;
- организационная функция – в принятии предпринимателями самостоятельного решения об организации собственного дела, его диверсификации, выявлении наиболее выгодных и перспективных секторов рынка.

Исходя из этого, субъект предпринимательской деятельности берет на себя и, как правило, вынужден самостоятельно осуществлять ряд производственных (и социальных) ролей:

1. Предприниматель – его функция – *создание*

проекта новой структуры общественной системы производства-потребления, в которой отведено место создаваемому предприятию.

2. Организатор – здесь его функция связана с непосредственным созданием внутренней структуры (оргструктуры) нового предприятия и ее материальным наполнением (людьми, технологиями, оборудованием и другими компонентами, образующими потенциал предприятия, т. е. формирующие его возможности в осуществлении производства, воспроизводства, функционирования и развития).

3. Управленец – его функцией является приведение в движение всех компонентов потенциала предприятия и внешних ресурсов, реализация процессов как во внешних связях, так и во внутренней структуре предприятия, оперативное регулирование его функционирования и управление развитием. Продукт деятельности управленца – реально воплощенные процессы, реализующие заданные предпринимателем цели.

4. Исполнитель – здесь его функцией выступает непосредственно механизм осуществляемых предприятием процессов. Материальное наполнение позиции исполнителя есть кадры (персонал) предприятия. Продукт деятельности исполнителя есть продукт предприятия.

5. Руководитель – здесь функция лежит в сфере материального наполнения производственной системы. Его объект – кадры, применяя к которым инструменты власти, руководитель должен добиться осуществления процессов и функций, иначе говоря – выполнения задач, поставленных управленцем. При этом управленец и руководитель могут быть персонифицированы в одном лице.

В социальном аспекте бизнес как деятельность порождает 3 типа процессов:

- создание, изменение, удовлетворение потребностей людей;
- воспроизводство и изменение социальной стратификации;
- формирование, воспроизводство и изменение межличностных, личностно-групповых и межгрупповых отношений.

Предпринимательская деятельность

В то же время современное предпринимательство концентрирует ряд специфических функций:

- постоянный поиск новых видов организационно-экономических ресурсов, благ, услуг, информации, новых организационных решений, эксклюзивных профессиональных способностей, новых идей;
- поиск, разработка и введение новых ресурсов, методов, технологий, инновационных процессов, продуктов информации, организационно-экономических систем управления и т. п.;
- создание благоприятной рыночной конъюнктуры, разработка адекватных условиям организационно-управленческих решений, захват, удержание и расширение рыночного сегмента товарами и услугами высокого спроса;
- информационное обеспечение реализации инновационных продуктов через выбор секторов рынка, выгодных стратегий ведения предпринимательской деятельности, выявления и реализация конкурентных преимуществ;
- защита права собственности на результаты предпринимательской деятельности и интеллектуальной собственности;
- реализация мер по выживанию в экстремальных, трансформационных условиях;
- деловое общение на короткой психологической дистанции;
- несение полной ответственности за принимаемые решения, риск в условиях экономической неопределенности.

Как можно отметить, реализация всех этих функций одним человеком в непростых экономических условиях, изобилующих неопределенностью, становится весьма проблематичной. И как следствие, требует разработки специфических мероприятий поддержки предпринимательской деятельности со стороны государственных и муниципальных структур.

Макконнелл К. и Брю С., авторы «Экономика», рассматривают предпринимательство как особый вид деятельности, в основе которой лежит ряд непеременимых условий и требований [2].

Во-первых, предприниматель берет на себя инициативу соединения ресурсов: земли, капитала и труда в единый процесс производства товаров и услуг. Выполняя роль катализатора, предприниматель является движущей силой производства, которое должно быть прибыльным.

Во-вторых – берет на себя трудную задачу принятия основных решений в процессе ведения бизнеса.

В-третьих – это новатор, стремящийся ввести новые продукты, новые производственные технологии и новые формы организации бизнеса.

В-четвертых – это человек, идущий на риск. Он рискует не только своим временем, трудом, деловой репутацией, но и вложенными средствами, – своими собственными и своих компаньонов или акционеров.

В целом современное предпринимательство отличается особым, новаторским, антибюрократическим стилем хозяйствования, базирующимся на постоянном поиске новых возможностей и ориентированном на инновации, умением привлекать и использовать для решения поставленной задачи ресурсы из самых разнообразных источников.

Рассмотрим ситуации возникновения нового бизнеса. Необходимым условием возникновения нового бизнеса является *генеральное противоречие*: «Я хочу, но я не могу». Это означает, что возникновение нового бизнеса *не есть решение указанной проблемы* (новый бизнес возникает, как правило, если указанная проблема неразрешима) – предпринимательство *есть создание некоторых новых условий, в которых возникновение данной проблемы невозможно*. Однако, *это только необходимое условие*.

Второе необходимое условие – *наличие проблемной ситуации потребителя*: «Я хочу, но я не могу».

Как и бизнесмен, потребитель не решает этой проблемы – он получает готовое решение «из рук» бизнесмена. Выручка бизнесмена – это плата потребителя за уход от необходимости решать проблему самостоятельно.

Таким образом, бизнес состоит в том, что бизнесмен уходит от решения собственной проблемы, создавая возможность потребителю уйти от его проблемы. При этом оба достигают желаемого, не преодолевая невозможного.

Бизнес возможен и оправдан:

- если бизнесмену легче достигнуть желаемого, «решая» чужие проблемы, чем собственные;
- а потребителю легче достигнуть желаемого, воспользовавшись услугами бизнесмена, чем решая свои проблемы самостоятельно.

Такое состояние порождает 3 типовые ситуации потребителя:

1. Ситуация новых возможностей состоит в том, что потребитель приобретает новые возможности для решения ранее поставленных задач, как правило, в результате каких-либо изменений во внешней среде (*принятия новых законов и иных нормативных актов, получения ранее неизвестной информации, ухода конкурентов из сегмента рынка и др.*), но не может их использовать; в таком случае возможен бизнес, основанный на *продаже потребителю средств использования этих возможностей*.

2. Ситуация новых проблем – появление у потребителя новых затруднений (тупиков, разрывов в деятельности) или осознание (конструирование) новых проблем (противоречий) по поводу старых трудностей; в этом случае возможен бизнес, *основанный на продаже потребителю средств разрешения, устранения или «обхода» этих проблем*.

3. Ситуация новых целей (задач), когда новые цели (задачи) поставлены, а средств их достижения (выполнения) потребитель не имеет; данная

ситуация, по существу, есть разновидность ситуации новых проблем (п. 2).

Таким образом, ситуация предпринимательского бизнеса есть двойная проблемная ситуация:

- когда у двух субъектов (бизнесмена и потребителя) одновременно возникают проблемы одного и того же вида «Хочу, но не могу»,
- причем бизнесмен имеет возможность достигнуть желаемого, обеспечив потребителю достижение желаемого им без самостоятельного решения потребителем его проблемы.

Следовательно, инновационная функция предпринимателя является не только ведущей в процессе создания функции, но и воспроизводится во все моменты изменения бизнеса [3]. Именно эта функция и отличает предпринимательскую деятельность от других видов деятельности.

Менее благоприятные условия хозяйствования, чем у крупных предприятий, обуславливают меньшую устойчивость и конкурентоспособность малого бизнеса, поэтому он нуждается в государственной поддержке.

Опыт развития мировой и отечественной экономики показывает, что политика государства, ориентированная на оказание помощи малому и среднему предпринимательству и содействие их развитию, дает ощутимые результаты в достижении сбалансированного экономического роста.

Следует отметить, что выделение малого и среднего предпринимательства в России в отдельный блок в соответствии с федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ связано с необходимостью оказания им государственной поддержки для развития деятельности. Данный

подход означает в конечном итоге поддержку конкретных предприятий в финансовой, имущественной, консультационной, информационной и других сферах.

В основу предпринимательской деятельности сегодня закладывается именно способность экономического субъекта качественно видоизменять сети хозяйственных отношений. С этой стороны, по нашему мнению, необходима поддержка малого и среднего предпринимательства путем содействия в создании инновационных сетей, в том числе технопарков, бизнес-центров и бизнес-инкубаторов, а также региональных предпринимательских кластеров и сетей.

Литература

1. Данилова, О.В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночного хозяйства (теоретико-экономический аспект): автореф. дис. ... д-ра экон. наук / О.В. Данилова. – М., 2009. – С. 12–14.
2. Норт, Д. Институциональные изменения: рамки анализа / Д. Норт. // Вопросы экономики. – 1997. – № 3. – С. 7.
3. Татьянакина, А.А. Оценка инновационной инфраструктуры как основы развития предпринимательской экономики / А.А. Татьянакина, Т.А. Шиндина // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2011. – Вып. 20. – № 41(258). – С. 85–89.
4. Шиндина, Т.А. Влияние финансового кризиса на рынок рекламы и предпринимательство / Т.А. Шиндина, И.С. Карabanова // Вестник Университета. – 2010. – № 8. – С. 79–81.

Поступила в редакцию 4 февраля 2013 г.

Шмаков Борис Васильевич. Кандидат экономических наук, доцент кафедры предпринимательства и менеджмента, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – развитие личных способностей менеджера и их влияние на бизнес-деятельность, развитие юнговской школы управления в образовании и практике предпринимательской деятельности. Тел. (351) 267-97-21.

Boris Vasilievich Shmakov. Candidate of Economic Science, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Management, South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: the development of personal skills of a Manager and their effect on business, development of Jungian school of management in education and practice of entrepreneurship. Tel. (351) 267-97-21.

Карпушкина Анжелика Викторовна. Доктор экономических наук, заведующий кафедрой «Экономика фирмы и рынков», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – институциональный анализ социально-трудовых отношений, региональная экономика. Контактный телефон: 8 (351) 900-59-955, e-mail: angelvik28@mail.ru.

Angelika Viktorovna Karpushkina, Doctor of Economic Science, Head of Company and Market Economy Department, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: institutional analysis of social and labor relations, regional economy. Tel: 8 (351) 900-59-95, e-mail: angelvik28@mail.ru.

Маркетинг

УДК 338.46:37 + 378.01:339.138

ББК 4404.47

К ВОПРОСУ О ВНЕДРЕНИИ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА К ПРОДВИЖЕНИЮ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВУЗОВ РОССИИ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ

И.Ю. Окольнішнікова, О.М. Дьяченко

Статья посвящена решению задач по выходу российских университетов на международные образовательные рынки. Рассмотрены комплексные подходы к продвижению научных и образовательных услуг на основании принципа маркетинга взаимодействия, изучены факторы, влияющие на спрос иностранных абитуриентов на образовательные предложения российских университетов. В работе предложены инструменты, позволяющие повысить эффективность продвижения образовательных услуг российских университетов на международном рынке.

Ключевые слова: маркетинг взаимодействия, маркетинговые исследования, мировой образовательный рынок, иностранные студенты, продвижение образовательных услуг.

В современных условиях важной задачей, стоящей перед крупнейшими российскими университетами, является выход на международные рынки с комплексом своих научных и образовательных услуг. Эффективное решение этой задачи является сложной и многоаспектной проблемой, которую можно решить, по мнению авторов, только системно. Одним из важнейших путей решения этой проблемы является, по нашему мнению, внедрение маркетингового подхода к разработке научно-образовательного продукта университетов, проведение маркетинговых исследований, формирование маркетинговых стратегий вузов на зарубежных рынках, комплексное продвижение с использованием интегрированных маркетинговых коммуникаций. Одной из современных эффективных концепций маркетинга, позволяющих эффективно решить все эти задачи, является маркетинг взаимодействия. Исходя из сказанного, остановимся на комплексном продвижении научно-образовательных услуг российских университетов на международном рынке на основе маркетинга взаимодействия.

Основная идея маркетинга взаимодействия состоит в том, что объектом управления маркетингом становится не совокупное решение, а отношения (коммуникации) с покупателем и другими участниками процесса купли-продажи. Прогрессивность концепции маркетинга взаимодействия подтверждается тем, что продукты все больше становятся стандартизированными, а услуги унифицированными, что приводит к формированию повторяющихся маркетинговых решений. Поэтому единственный способ удержать потребителя – это индивидуализация отношений с ним, что возмож-

но на основе развития долгосрочного взаимодействия партнеров. Как следствие, маркетинг взаимодействия повышает значимость личности, личных контактов в системе эффективных коммуникаций. Более того, он распределяет ответственность за принятие решений в области маркетинга на весь персонал предприятия, поскольку требует участия в маркетинговой деятельности не только специалистов службы маркетинга, но и работников других предпринимательских единиц, включая менеджеров верхнего звена [1].

В настоящее время объем мирового рынка образовательных услуг достигает 100 млрд долл. США. Эта цифра включает услуги международного высшего образования, международного дополнительного профессионального образования, языковых курсов, зарубежного общего среднего (школьного) образования и др. При этом на международное высшее образование приходится около половины объема международного рынка образовательных услуг, причем по прогнозам специалистов, к 2015 году он может возрасти до 200 млрд долл. Число иностранных граждан, получающих образование за рубежом, достигнет порядка 5 млн человек. Ведущими игроками на мировом рынке научно-образовательных услуг являются США (25%), Великобритания (12,3%), Германия (9%), Франция (8,8%), Австралия (8,2%), Китай (5%) и Россия (3,1%) [6].

Следует отметить, что если до 1990 года Россия занимала второе место среди основных экспортеров образования в другие страны, то сегодня наблюдаются диаметрально противоположные процессы. Из продавца образовательных услуг наша страна за последние десятилетия постепенно

превратилась в поставщика студентов на американский и европейский рынки образования и труда. Так, в настоящее время доля РФ на международном рынке образования по числу иностранных студентов составляет 4–5 % – в стране учится около 100 тыс. иностранцев. Ежегодный доход от них составляет 50–200 млн долл., т. е. отечественные университеты контролируют всего полпроцента мирового рынка образовательных услуг [6].

Естественно, что описанное выше положение не может устраивать российскую образовательную отрасль. Поэтому за последние годы были сделаны важные шаги в области экспорта российского образования, в том числе путем разработки и внедрения трансграничных форматов и программ, расширения обучения иностранных студентов в российских вузах, коммерческого присутствия в странах-партнерах (совместные университеты, филиалы и представительства за рубежом), стимулирования работы российских преподавателей в зарубежных университетах.

Необходимо отметить важность такого направления экспорта российского образования, как обучение иностранных граждан в открываемых в странах ближнего и дальнего зарубежья филиалах российских вузов. В настоящее время только в Азербайджане, Армении, Белоруссии, Казахстане, Киргизии, Таджикистане, Туркменистане, Узбекистане и Украине действуют 37 филиалов, созданных 29 российскими вузами. В этих филиалах обучается 25 тысяч человек [6].

Как показывают результаты маркетинговых исследований, при выборе российского учреждения высшего профессионального образования, иностранный студент, как правило, принимает во внимание следующий комплекс факторов: общую экономическую ситуацию в стране, уровень развития системы высшего профессионального образования, наличие развитого сотрудничества университета с зарубежными вузами-партнерами, комфортность проживания иностранных студентов, действующий в университете порядок приема на образовательные программы, уровень качества образовательных услуг, перспективы трудоустройства по окончании учебного заведения, принятый стиль жизни и безопасность проживания в выбранном населенном пункте, а также материально-техническую оснащенность учреждения высшего профессионального образования [4].

При этом, на основании результатов маркетингового исследования, проведенного авторами на базе Южно-Уральского государственного университета, можно утверждать, что наиболее весомыми факторами привлекательности услуг данного вуза для иностранных студентов, выбравших обучение в России в ЮУрГУ, являются следующие:

– высокое качество образования в университете;

– сравнительно низкая по сравнению со средней рыночной на мировом образовательном рынке цена;

– общая привлекательность российских университетов вследствие возможности получить российское гражданство.

Кроме того, как показывают результаты исследования специалистов, иностранных студентов, выбирающих получение высшего образования в российских университетах, привлекает общая лояльность россиян к иностранным гражданам, а также наличие в выбранном населенном пункте их родственников или знакомых [2]. Это положение подтверждают и результаты проведенного исследования. Действительно, зачастую на выбор российского университета иностранными студентами влияет наличие в выбранном населенном пункте их «родной» диаспоры. Поэтому все перечисленные факторы необходимо учитывать при планировании и организации кампании по комплексному продвижению учреждения высшего профессионального образования на мировом образовательном рынке.

Перечисленные факторы обуславливают интерес иностранного абитуриента к тому или иному отечественному вузу. Между тем, для формирования маркетинговой стратегии учреждений высшего профессионального образования важным является и изучение спроса на различные основные образовательные программы.

Рассмотрим структуру спроса иностранных абитуриентов на образовательные предложения российских учреждений высшего профессионального образования. Выявление конкурентных преимуществ российских образовательных учреждений в зависимости от структуры реализуемых специальностей свидетельствует, что наибольшим спросом у иностранных студентов пользуются инженерные специальности и специальности, связанные с программированием (17 % и 14 % соответственно). В меньшей степени, но стабильно постоянным остается спрос на специальности сферы культуры и искусства (журналистика, дизайн, библиотечное дело) и гуманитарные специальности (по 10 %), а также специальности точных наук (физика, химия, математика) и медицины (по 9 %) [6]. Состав иностранных студентов по уровням образования в настоящее время в России представлен на рис. 1.

Для сравнения рассмотрим предпочтения российских студентов относительно зарубежных образовательных программ. В настоящее время, как свидетельствуют статические данные и результаты маркетинговых исследований, российские студенты предпочитают учиться по академическим программам в основном в таких странах, как Германия (около 12 тыс. чел.), США (5,6 тыс. чел.), Франция (2,6 тыс. чел.), Великобритания (1,7 тыс. чел.). Еще свыше 15 тыс. россиян обучаются

Изменения за последние десять лет

- Сокращение доли слушателей подготовительных отделений
- Увеличение доли стажеров
- Сокращение доли аспирантов

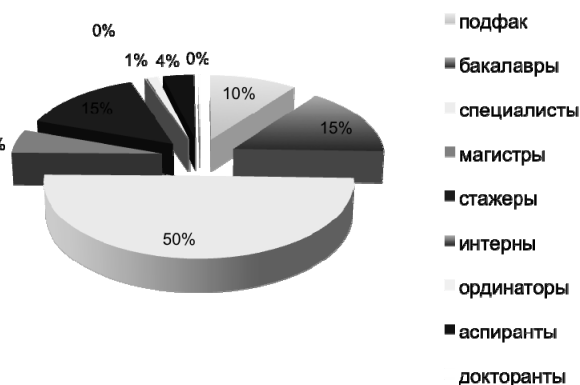


Рис. 1. Состав иностранных студентов по уровням образования в РФ

в вузах и колледжах других европейских стран, а также в Канаде, Австралии, Новой Зеландии, ряде азиатских стран, и прежде всего – в Китае. Кроме того, несколько тысяч российских граждан (в основном из местных русских семей, имеющих российское гражданство) являются студентами вузов стран СНГ (Казахстана, Украины, Белоруссии и др.) [6].

Итак, можно сделать вывод, что основными побудительными мотивами к выбору иностранными гражданами российских университетов являются:

- сложившийся на протяжении десятилетий имидж российского образования как одного из лучших в мире (прежде всего, это касается образования в области естественных и технических наук);
- фундаментальность российского высшего профессионального образования;
- сравнительно невысокая стоимость российских образовательных предложений – как свидетельствуют статистические данные, обучение в вузах России обходится иностранным гражданам в среднем в 2–5 тыс. долл. в год, т. е. на порядок меньше, чем в других странах;
- сравнительно невысокая стоимость проживания в России;
- существующий, особенно в столичных вузах и крупнейших вузах российских городов-миллионников, опыт обучения иностранных студентов.

Вместе с тем перечисленные мотивы необходимо дифференцировать в зависимости от психографических особенностей различных сегментов целевой аудитории зарубежных абитуриентов. К примеру, низкие цены на обучение в российских университетах являются весомым аргументом для студентов из КНР, но вряд ли привлекут целевой сегмент абитуриентов из ЕС и США.

Для привлечения в российские университеты иностранных студентов есть и другие ограничения:

– обучение, как правило, ведется только на русском языке, что значительно затрудняет восприятие;

– во время учебы студентам запрещается работать, что для некоторых студентов немаловажно (во всех западноевропейских странах от 1/4 до 2/3 студентов, в том числе иностранных, работают) [5];

– общий низкий уровень комфортности проживания и другие факторы.

Опираясь на методику [3] и результаты проведенного авторами анализа, сформируем цепочку создания ценности при разработке образовательной услуги российских университетов на зарубежном образовательном рынке (рис. 2).

Важным фактором эффективности продвижения образовательных услуг российских университетов на международном рынке является формирование осведомленности о вузе, повышение его узнаваемости на международном образовательном рынке. Одним из эффективных инструментов достижения этой цели является создание современных, понятных потребителю Интернет-ресурсов университета. Российским вузам недостаточно иметь русскоязычный сайт, наполненный информацией о факультетах и перечнях специальностей. В то же время недостаточно будет, если эта версия сайта будет механически переведена на иностранный язык.

Для иностранных студентов, с нашей точки зрения, необходим отдельный информационный ресурс с ярким удобным для пользователя сайта дизайном, привлекающий внимание и легко находимый в сети Интернет. Это должен быть информационный портал, содержащий сведения об университете, его образовательных программах и стоимости обучения, о вариантах проживания на территории университетского кампуса или же съемном жилье и др.

Кроме того, данный информационный ресурс должен стать территорией для постоянного общения иностранных студентов, где они всегда могут

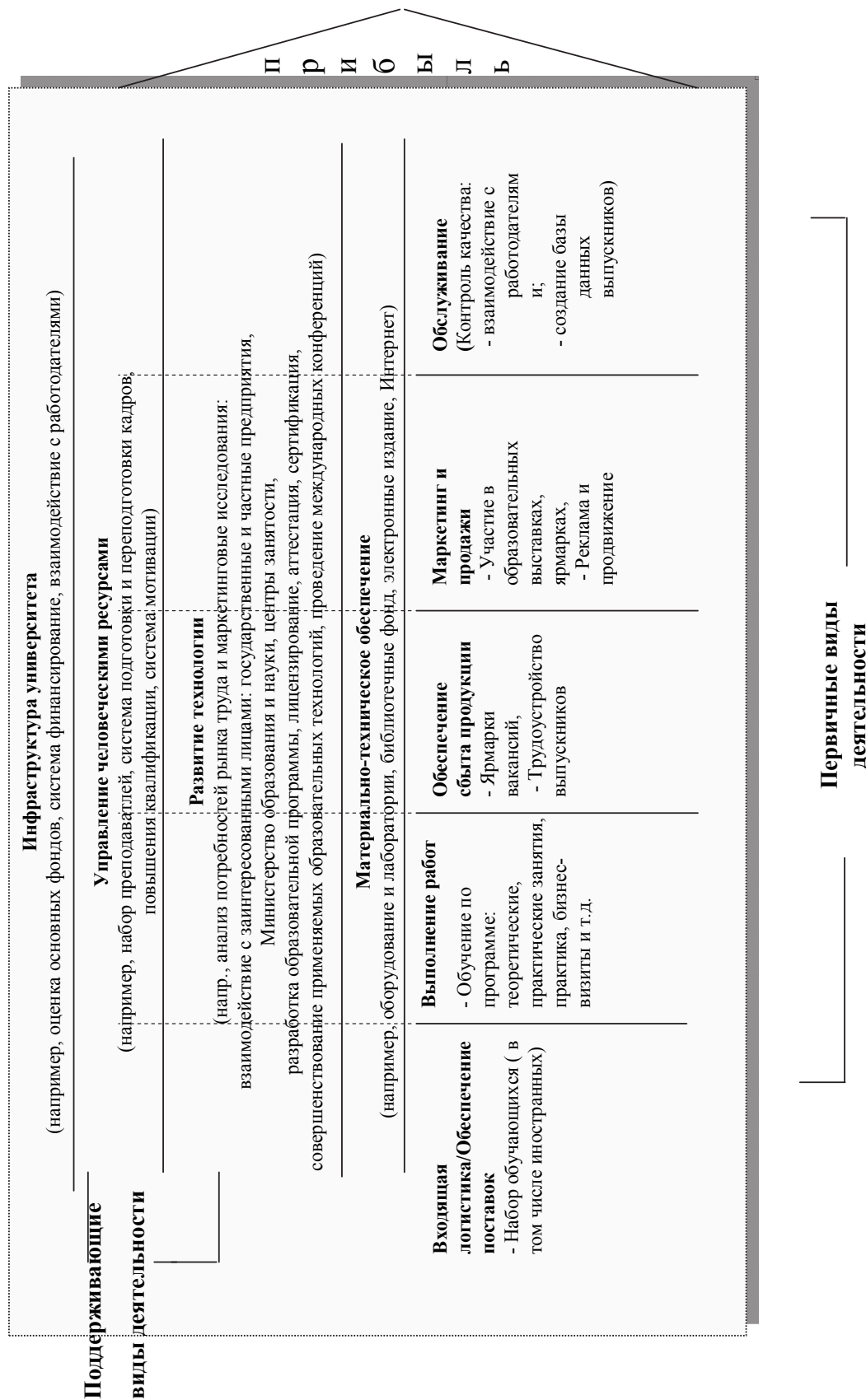


Рис. 2. Цепочка создания ценности при производстве образовательной услуги

оперативно получить ответ на любой интересующий вопрос, причем как из уст сотрудников университета, так и от иностранцев, уже являющихся студентами настоящего вуза. Причем последний вариант предпочтительнее, так как информация от своих сограждан всегда будет более актуальной.

Обязательными разделами сайта для иностранных студентов должны, по мнению авторов, стать разделы «Свободное время», «Мероприятия для иностранных студентов», содержащие информацию о способах проведения досуга с яркими примерами в виде фотографий, видеороликов, возможно с отзывами студентов, уже обучающихся в российском университете.

Кроме того, с точки зрения авторов, вместе с информационным порталом у вуза одновременно должны функционировать страницы в социальных сетях, содержащие новостную ленту событий, происходящих в университете, информацию о конкурсах и предстоящих мероприятиях, сведения о студенческих сообществах и организациях, фото- и видеоленту с прошедших в университете событиях, блог с возможностью общения всех студентов.

Реализация перечисленных мероприятий позволит создать комфортную, понятную и содержательную информационную среду для абитуриентов и студентов из зарубежных стран, что, в ко-

нечном итоге, будет способствовать повышению узнаваемости и привлекательности образовательных услуг российских университетов на международном рынке.

Литература

1. Багиев, Г.Л. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / Г.Л. Багиев, А.Н. Асаул; под общ. ред. проф. Г.Л. Багиева. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та экономики и финансов, 2001. – 231 с.

2. Иностранные студенты в российском вузе – <http://econorus.org/onim/upload/uvvj.pdf>

3. Международный маркетинг образовательных программ вузов: учебное пособие / Д.Г. Арсеньев, А.М. Алексанков, Е.А. Джаим и др.; под ред. А.М. Алексанкова. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского политехнического ун-та, 2008. – 105 с.

4. Международный маркетинг образовательных услуг и выработка стратегического подхода к набору иностранных учащихся. – <http://rpp.nashaischeba.ru/docs/index-6477.html>

5. Пименова, Н.Ю. О стратегии продвижения российского образования на международный рынок / Н.Ю. Пименова. – <http://www.russia.edu.ru/information/analit/963>

6. Россия на мировом рынке образовательных услуг. – <http://www.moluch.ru/archive/40/4854/>

Поступила в редакцию 13 февраля 2013 г.

Окольнишникова Ирина Юрьевна. Доктор экономических наук, декан торгово-экономического факультета, заведующий кафедрой «Маркетинговые коммуникации», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – маркетинг, маркетинговые коммуникации, брендинг, экономика предпринимательства. Контактные телефоны: 89080812355, (8-351) 267-92-88, 267-97-36, e-mail: okolnishnikova@yandex.ru.

Irina Yurievna Okolnishnikova, Doctor of Science (Economics), Head of Marketing Communications Department, the dean of the Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: marketing, marketing communications, branding, economics of business. Contact phone number: 89080812355, (8-351) 267-92-88, 267-97-36, e-mail: okolnishnikova@yandex.ru.

Дьяченко Ольга Михайловна. Аспирант заочной формы обучения кафедры «Маркетинговые коммуникации», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), специалист по учебно-методической работе института международного образования Южно-Уральского государственного университета. Область научных интересов – маркетинговые коммуникации в международной образовательной деятельности. Контактный телефон: 8 (951) 785-37-05, e-mail: o.june@mail.ru.

Olga Mikhaylovna Diachenko. Part-time post-graduate student of Marketing Communications Department of South Ural State University, Chelyabinsk, Specialist for Teaching and Studies of the Institute of International Education, South Ural State University. Research interests: marketing communications in international educational activity. Contact phone: 8 (951) 785-37-05, e-mail: o.june@mail.ru.

К ВОПРОСУ О МАРКЕТИНГОВОМ АНАЛИЗЕ РЫНКА БЛАГОУСТРОЙСТВА И ОЗЕЛЕНЕНИЯ

И.П. Савельева, И.Е. Варенцова

Статья посвящена проблемам маркетингового анализа рынка благоустройства и озеленения. Рассмотрены сложности, возникающие при проведении маркетингового анализа рынка благоустройства и озеленения. Освещены основные проблемы, возникающие на рынке благоустройства и озеленения в России, описана его структура и определены направления возможного решения некоторых сложностей.

Ключевые слова: маркетинговый анализ, маркетинговая информация, емкость рынка, комплекс услуг благоустройства, объекты рынка благоустройства и озеленения, участники рынка благоустройства.

Маркетинговый анализ рынка – это деятельность по оценке, определению, моделированию и прогнозированию процессов и явлений рынка, а также деятельности самого предприятия с помощью экономических, статистических и других методов исследования [4]. Таким образом, маркетинговый анализ предполагает весь спектр работ по сбору, анализу и обработке маркетинговой информации.

Для маркетингового анализа рынка необходима следующая информация:

- маркетинговый анализ фирмы;
- анализ конъюнктуры рынка;
- анализ емкости рынка;
- маркетинговый анализ конкурентов.

Полученная в ходе анализа информация дает маркетологам полное представление о рынке, его основных тенденциях, а также показывает возможности организации. Таким образом, результаты маркетингового анализа в дальнейшем служат основой разработки маркетинговой стратегии предприятия, и, кроме того, позволяют разработать и маркетинговые планы.

Рынок благоустройства и озеленения динамично развивается и набирает обороты. Нужно отметить, что до 2000-х годов в основном благоустройством и озеленением занимались муниципальные организации. На сегодняшний день на рынке присутствует большое количество коммерческих организаций как в столицах, так и в регионах. В услуги озеленения и благоустройства входят:

- ландшафтный дизайн;
- отделка природным камнем;
- устройство дорожек, тротуаров;
- устройство автопарковок;
- установка бордюров;
- газоны;
- клумбы;
- цветники;
- посадка деревьев;
- посадка кустарников;

- посадка живой изгороди;
- посадка крупномеров;
- обрезка деревьев;
- удаление деревьев;
- разрешительная документация;
- уход за озелененной территорией/садом;
- организация садового освещения;
- установка декоративных объектов, беседок;
- организация водоемов, бассейнов;
- уборка территории и др.

Почти половина (48 %) оборота рынка сейчас приходится на Москву и Московскую область, в регионах данный бизнес развит слабо, в большей степени ориентируясь на элитное жилье. Также значительную долю рынка занимает Санкт-Петербург (21 %) [8]. Также специалисты считают, что объем рынка ландшафтного дизайна на территории Санкт-Петербурга и его окрестностей, к которому можно отнести услуги по озеленению, благоустройству и ландшафтной архитектуре, составляет не менее 150 млн долл. Рынок дает стабильный ежегодный рост порядка 30 %. На нем присутствует около 200 компаний, которые выполняют работы в своей нише. При этом стабильных компаний, располагающих полной линейкой необходимых услуг, как было порядка 20, так и осталось [2].

Частные заказы на озеленение преобладают в России только в Москве и Подмосковье. Клиентами в данном случае выступают, как правило, владельцы коттеджей, стремящиеся устроить целые парки и скверы на своих участках. Также следует отметить, что в Москве зачастую благоустраивают территории торговых центров, салонов красоты, ресторанов, брендовых магазинов, понимая, что такая эстетика ведет к формированию благоприятного имиджа заведения. Эти тенденции понемногу переходят в регионы, отчего в каждом из них формируются свои профессионалы, однако самые бюджетные проекты по-прежнему выполняются столичными специалистами. Рынок ландшафтного дизайна в Москве более насыщен, фирмы активно

конкурируют между собой, что приводит к повышению качества дизайн-проектов и клиентам действительно есть из чего выбирать.

На рынке ландшафтного дизайна есть некоторая специфика, большинство компаний, присутствующих на нем, не занимаются полным спектром услуг, одни специализируются на проектировании, другие – на благоустройстве. Организаций, способных удовлетворить клиента полным комплексом услуг по благоустройству (от исследования объекта, разработки проекта до его реализации и ухода за ним) крайне мало. Зато среди игроков данного рынка можно отметить и индивидуальных предпринимателей, и свободных художников (дизайнеров), и средние компании, специализирующиеся на каком-то одном – двух направлениях благоустройства, и крупные государственные и негосударственные комплексные бюро, и даже некоторые строительные компании.

Крупные игроки рынка отмечают, что хороших государственных заказов становится меньше вследствие полной минимизации затрат, либо намеренного занижения цен мелкими игроками. А снижение финансирования для специалистов означает лишь снижение качества работ, оттого такие заказы перестают интересовать профессионалов рынка, ведь такие компании отвечают за качество проделанных работ, и они уходят в сторону работы с частными клиентами, к примеру. Офисные помещения, а также бутики, рестораны некоторыми игроками считаются более интересными и денежными – больше бюджет, а соответственно и проценты, свобода творчества.

Кроме того, участники рынка отмечают отсутствие высококвалифицированных кадров. Над созданием наиболее сложных современных проектов работают совместно архитектор, художник-дизайнер и цветовод-озеленитель. Специалисты в этой области появляются в России почти случайно. К сожалению, этой профессии у нас не учат в том объеме, в котором нужно иметь знания для профессионального их применения. Специальности «ландшафтный дизайнер» учат в Нальчике, в Санкт-Петербурге и в Москве. Сейчас 70 % ведущих российских компаний, специализирующихся в области ландшафтного дизайна, возглавляют именно выпускники Московской Тимирязевской академии. Ведь самое главное в озеленении – это дендрология в сочетании с геометрией пространства. А все остальное под них подстраивается [2].

Ландшафтный дизайн – удовольствие дорогостоящее и позволить себе воспользоваться услугами специалистов может далеко не каждый. Потенциальному клиенту тяжело сориентироваться, в какую сумму выльется создание ландшафта, так как четких расценок на услуги нет, все очень индивидуально. На формирование цены на услугу влияет множество факторов – это и нынешнее состояние земли, и особенные пожелания клиента, и

выбор зеленых насаждений, и время обращения в компанию, и сроки работы.

Может быть зафиксирована цена лишь начального этапа проектирования. Так, концепция участка, которую совместно составляют заказчик и исполнитель, обойдется в 1–2 тыс. рублей за сотку. Эскизный проект – составление подробного плана участка со всеми коммуникациями и цветовой схемой (когда заказчик уже на бумаге видит цветовую гамму будущего сада), плюс рекомендации по уходу за каждым видом растения и цены используемых материалов обойдется заказчику в 10–20 тыс. рублей за сотку. Именно на этой стадии становится понятным, сможет ли дизайнер работать с хозяевами участка или нет. Часто случается, что заказчики хотят воплотить на своем участке конкретную картинку из журнала, и не хотят менять своего решения, не понимая, что климат не подходит для посадки определенных видов растений, либо их пугает итоговая смета работ. Поэтому оплату этих этапов многие оговаривают заранее. Общая же стоимость работ на участке с традиционным набором элементов – с садом, водными сооружениями, малыми архитектурными формами (беседки, скамейки, мангалы), мощеными дорожками и площадкой для барбекю, в среднем составляет от 50 до 100 тыс. рублей за сотку. С учетом того, что средний размер участка, на котором возводятся коттеджи, составляет 12–15 соток, цены на «стандартный» набор могут колебаться от 600 тысяч до полутора миллионов рублей [1].

За последние 3–4 года цены на рынке выросли. Это связано с тем, что изменилась структура наполнения территории и качество материалов. Если раньше всех устраивала брусчатка, то сейчас все хотят клинкер, хороший кирпич, гранит и так далее. Хотят не простую плитку, а вулканическую. Хотят сразу очень большие деревья – сейчас их заказывают почти 90 % клиентов [3].

Кроме того, существует проблема с изготовлением отечественного посадочного материала. Сегодня принято привозить посадочный материал для создания ландшафтного дизайна из-за границы. Часто он импортируется из Голландии, Германии, Польши, Бельгии, Италии. Кроме того, что такие заказы ждать приходится достаточно долго, и стоят они дорого, также стоит учесть, что многие привезенные растения нуждаются еще в акклиматизации. Специалисты рекомендуют пользоваться российскими экземплярами. Качество их часто не хуже, но они более выносливые и стоят меньше.

Активно и профессионально иностранные производители захватывают отечественный рынок. Продукция, с которой они регулярно участвуют на выставках и которую представляют во многих магазинах, красивая, но она не приспособлена к российскому климату, а потому совершенно нежизнеспособна. Примерами такой продукции могут быть восточные туи или ливанский кедр. А причина

такого положения дел отчасти в том, что фитосанитарный сертификат импортным растениям выдается за несколько часов при пересечении границы, тогда как для транспортировки отечественной продукции из одного региона в другой необходимо потратить 30–40 дней на получение карантинных сертификатов. С недавнего времени эти сроки официально сократили до трех дней. Кроме того, аналитики отмечают, что дело не столько в силе иностранных производителей посадочного материала, сколько в слабости отечественных. По экспертным оценкам, в России работает около 350 питомников. Это очень мало. К примеру, в каждой из таких стран, как Голландия, Бельгия, Германия, имеется по 5000 питомников [5].

Однако объем российского рынка посадочного материала растет. В 2010 году рост продаж по сравнению с предыдущим годом составил 30 %. В 2011-м рынок поднялся еще на 20 %. Президент Ассоциации производителей посадочного материала отмечает три основных фактора повышения спроса на посадочный материал, среди них: активный рост коттеджного домостроения, наметившиеся тенденции городского озеленения, а также мода на украшение декоративными растениями дачных участков. Доля отечественного посадочного материала на рынке растений для открытого грунта составляет, по экспертным оценкам, не более 5–10 % [5].

По словам аналитиков, сезонная емкость уральского рынка питомниководства для садов, парков, приусадебных и дачных участков составляет \$250–300 тыс., а темпы его роста превышают 25 % ежегодно. Даже в условиях кризиса и городского озеленения, и частное строительство росло весомыми темпами. Что касается посадочного материала, то происходит переориентация на отечественного производителя ввиду перспектив произрастания приобретенного материала, а также по причине его стоимости. Так, к примеру, на Урале существуют питомники, занимающиеся выращиванием в наших условиях посадочного материала, приспособленного к существующему здесь климату. Приживаемость таких растений при соблюдении всех необходимых условий (правила выкопки, транспортировки, посадки) близится к 100 % [7]. Однако большинство существующих питомников на сегодня еще слишком молоды для того, чтобы предоставить рынку достаточно крупные растения. В то же время клиенты не хотят ждать, и спрос на крупный материал растет. А потому на рынке посадочного материала можно наблюдать, с одной стороны, рост доли продаж отечественной продукции среди мелких растений, а с другой, полное доминирование импортных поставщиков (Германия, Польша) в продажах растений от 4 м и выше. При этом важно отметить, саженец, например, ели высотой около 1 м (выращивают такой около 10 лет) стоит около 1 тыс. рублей, а та же ель высотой 4–5 м продается по цене 20–30 тыс. рублей за штуку. В России питомников, способных выра-

шивать такие крупные хвойные или лиственные растения, практически нет, слишком молоды и смогут представить на рынок такой материал не менее чем через 7–10 лет. Растения же, выкопанные в лесхозе, имеют очень низкое качество, а стоят при этом дороже, чем в немецком питомнике [6].

Еще одной особенностью рынка, по мнению экспертов, является непрофессиональный подход к коммуникациям по продвижению собственной компании. В СМИ потенциальные клиенты могут наблюдать информацию о том, что данная компания лучшая на рынке и ее отличает особый творческий подход, при этом подобные заявления в различных публикациях подкрепляются фотографиями пары объектов, отчего создается впечатление, что только эти объекты и были выполнены фирмой. Кроме того, вместо того, чтобы показать оригинальный и неповторимый ландшафт, выбирают объект «попроще» и сопровождают его рекомендациями, как такое сделать самому, что оказывает негативное воздействие на восприятие рынка благоустройства в целом. Таким образом, в специализированных изданиях редко встретишь эксклюзив, который обещают компании.

Большую сложность представляет определение емкости рынка благоустройства и озеленения. Для расчета обратимся к формуле для определения емкости рынка в сфере услуг:

$$E = Ч \times C \times \Phi \times q \times Ц,$$

где E – емкость рынка услуг; Ч – общая численность населения; C – процент людей, занимающихся благоустройством и озеленением; Φ – процент лиц из числа занимающихся благоустройством и озеленением, которые пользуются услугами специалистов; q – количество обращений в год в среднем одним клиентом; Ц – средняя цена одного обращения.

В данном случае сложность будет состоять в определении прежде всего средней цены, доли людей, заинтересованных в благоустройстве и озеленении, а также доли людей, обращающихся за услугами к специалистам. Кроме того, необходимо понимать, что объекты благоустройства неоднородны, соответственно, и клиенты будут различны. Объекты, выделенные на рынке благоустройства и озеленения, представлены в таблице [9].

Также следует отметить разницу в благоустройстве объекта «с нуля» и проведении работ по поддержанию надлежащего состояния. Из вышесказанного следует необходимость расчета емкости по каждому объекту, видам работ и их сложности отдельно, а затем суммировать их для определения общей емкости рынка.

Рынок ландшафтного дизайна в России достаточно молод, но быстро развивается. Развитие это стихийно, существует значительная разница в его уровне в столице и регионах, что связано с различиями не только в климатических условиях, но и в доходах населения. Пока рынок представлен в основном разрозненными компаниями, зачастую специализирующимися на определенных видах ра-

Объекты благоустройства и озеленения

Название объекта	Краткая характеристика	Возможные виды
Парк	Территория размером от 10 га, где проведены работы по реконструированию природных условий, таких как рельеф, насаждения и водоемы, основанные на правилах благоустройства и ландшафтной архитектуры. Представляет собой самостоятельный законченный комплекс, благоприятный для отдыха населения с гигиенической и эстетической точки зрения. Бывает различных типов	Парк культуры и отдыха. Стадион (Спортивный парк). Парк развлечений. Парк или сад при санатории, доме отдыха, пионерлагере. Городской парк. Парк-выставка. Ботанический парк. Зоологический парк. Парк-заповедник. Национальный парк. Исторический парк. Этнографический парк. Детский парк. Мемориальный парк
Лесопарк	Представляет собой лесной массив для различных видов отдыха, благоустроенный путем размещения определенного (небольшого) количества конструкций и сооружений для обслуживания населения, таких как поливочный водопровод, специально оборудованные для отдыха места, автомобильные дороги, укрытия от дождя и т.д.	
Городской сад	Территория меньше парка с лесным массивом, находящаяся в жилом районе и предназначенная для отдыха жителей прилегающих микрорайонов. На такой территории могут быть расположены конструкции для физкультуры и развлечений	
Сквер	Участок с зелеными насаждениями на улице, площади предназначенный для кратковременного отдыха.	
Бульвар	Полоса вдоль набережной либо проезжей части улицы, предназначенная для кратковременного отдыха и движения пешеходов, озелененная	
Озеленение улиц и автодорог	Озелененные участки с одной или обеих сторон тротуаров, встречающиеся на аллеях, улицах с транспортным движением, а также на пешеходных улицах, созданные с целью защиты от шума, пыли и солнечного света	
Насаждения при административных и общественных зданиях	Участки с зелеными насаждениями для временного отдыха	
Насаждения ограниченного пользования	Озелененные участки при школе, техникуме или высшем учебном заведении, предназначенные для занятий на открытом воздухе либо отдыха	Насаждения при детских садах и яслях. Насаждения жилых микрорайонов и кварталов, застроенных многоквартирными домами. Насаждения при научно-исследовательских учреждениях. Насаждения при больницах и других лечебно-профилактических учреждениях. Насаждения при промышленных предприятиях посадки. Насаждения при жилых домах в районах усадебной застройки Насаждения специального назначения (Защитные зоны при промышленных предприятиях)
Посадки на территории между предприятием и жилой застройкой	Озелененные участки, созданные с целью снижения негативного воздействия производства на прилегающие территории	

Окончание таблицы

Название объекта	Краткая характеристика	Возможные виды
Защитные зоны от неблагоприятных природных явлений	Облагороженные участки, созданные для ограждения территории от песчаных и снежных заносов, а также от ветра	Водоохранные зоны. Противопожарные насаждения. Насаждения защитно-мелиоративного и мелиоративного назначения Насаждения вдоль автомобильных и железных дорог
Насаждения на кладбищах	Зеленые насаждения, выполняющие декоративную функцию	
Питомник и цветочные хозяйства	Участки, созданные для выращивания посадочного материала	

Литература

бот, профессионалы полного цикла практически отсутствуют. Сложности представляет и определение объемов этого рынка, и повышение уровня осведомленности клиентов, и регулирование ценовой политики, и повышение этического уровня конкурентной борьбы, а также повышение уровня использования современных маркетинговых инструментов.

В целом рынок еще не полностью сформирован и организован, отчего назревает необходимость создать некую хартию, которая объединила бы представителей ландшафтных компаний и позволила бы им в рамках этого некоммерческого союза выработать те самые стандарты и критерии оценки нормальной работы. Только тогда процесс развития этой сферы бизнеса будет формализован, а значит, станет цивилизованным.

Необходимым видится и изучение потребностей их покупательского поведения, предпочтений, сегментация и разработка маркетинговых стратегий для целевых сегментов. Основной задачей маркетинга здесь будет привлечение клиентов, информирование их, а также создание таких условий сотрудничества, при которых потребитель пожелает скорее обратиться к профессионалам пусть за довольно высокую цену, чем к непроверенной компании или вообще к специализированной прессе с целью самостоятельно облагородить участок.

1. *Круглый стол участников рынка ландшафтного дизайна.* – http://art.thelib.ru/house/landscape/landshafniy_dizayn_krugliy_stol_uchastnik_ov_rinka.html#ixzz1nx3UcvlN

2. *Ландшафтный дизайн в России.* – http://www.arhiproekt.ru/index/informac/landshaft/3_94/index.htm

3. *Ландшафтный дизайн сегодня.* – <http://www.goldrealty.ru/news/121>

4. *Маркетинговый анализ.* – <http://www.marketanalitika.ru/marketingoviy-analiz.htm>

5. *Объем российского рынка посадочного материала 2011.* – <http://lahdshaft.ru/analitika/rinok-posadochnogo-materila-rf2011.html>

6. *Семирамида по-челябински.* – <http://www.kursdela.biz/articles/article.php?ID=733>

7. *Тенденции развития ландшафтной отрасли.* – <http://www.gardener.ru/events/interview/page119.php>

8. *Типовой бизнес-план компании по озеленению и ландшафтному дизайну.* – <http://www.bsplan.ru/about.phtml?a=news&id=252>

9. *Юскевич, Н.Н. Озеленение городов России / Н.Н. Юскевич, Л.Б. Луц.* – <http://flowerlib.ru/books/item/f00/s00/z0000008/st003.shtml>

Поступила в редакцию 4 февраля 2013 г.

Савельева Ирина Петровна. Доктор экономических наук, зав. кафедрой «Маркетинг и менеджмент», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – развитие инвестиционных и инновационных процессов в региональной экономике, риск-менеджмент, инвестиционное проектирование. Контактный телефон: 8 (351) 267-99-95.

Irina P. Savelyeva is a doctor of economic sciences, head of marketing and management department, South Ural State University (Chelyabinsk). The area of academic interests – development of investment and innovative processes in regional economy, risk management, investment planning. Contact telephone number: +7 (351) 267-99-95.

Варенцова Ирина Евгеньевна. Ассистент кафедры «Маркетинг и менеджмент» Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов: маркетинг, разработка маркетинговой стратегии предприятия, маркетинговые исследования. Контактный телефон: 2679995, e-mail: v-i-e@yandex.ru

Irina E. Varentsova is an assistant of marketing and management department of commerce and economic faculty, South Ural State University (Chelyabinsk). The area of academic interests: marketing, company marketing strategy development, marketing researches. Contact telephone number: 2679995, e-mail: v-i-e@yandex.ru

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ПЕРВИЧНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ г. ЧЕЛЯБИНСКА

Д.В. Стукалов, А.И. Ухова

Статья посвящена проблемам ценообразования на рынке первичной недвижимости г. Челябинска. Авторами проведено маркетинговое исследование текущей ситуации на рынке нового и строящегося жилья города, подробно проанализированы факторы, влияющие на формирование стоимости квартир на рынке первичной недвижимости.

Ключевые слова: рынок первичной недвижимости, ценообразование на рынке недвижимости, маркетинг новых и строящихся объектов жилой недвижимости.

Сегодня рынок первичной жилой недвижимости г. Челябинска является активно развивающимся рынком, который оказывает значительное влияние на текущее экономическое состояние региона [1, 4, 5]. В связи с этим представляется необходимым комплексное изучение этого рынка и отслеживание его динамики с маркетинговых позиций.

Для проведения маркетингового анализа рынка первичной жилой недвижимости г. Челябинска авторами были составлены две базы данных: основная и дополнительная. Основная база включила информацию об объектах первичной жилой недвижимости в сданных и строящихся многоквартирных домах со степенью готовности более 30 %, где квартиры предлагаются застройщиком/девелопером либо генеральным подрядчиком. В случае сдачи дома очередями, каждая очередь считалась за отдельный дом. При этом в базу данных авторами не включались:

- 1) строящиеся/сданные дома, продажа квартир в которых не производится (например, строительство в социальных целях);
- 2) дома, строительство которых приостановлено (объекты находятся в стадии заморозки);
- 3) дома, строительство которых ранее было приостановлено на длительный срок, так как по данной причине высока вероятность повторной остановки строительства или существенного нарушения срока сдачи дома;
- 4) дома, строительство которых производится строительной компанией, существенно нарушающей сроки сдачи объектов.

В дополнительную базу данных были включены все объекты первичной недвижимости, не вошедшие в основную базу данных:

- 1) строящиеся многоквартирные дома со степенью готовности менее 30 %;
- 2) замороженные объекты;
- 3) объекты, для которых высока вероятность остановки строительства или существенного нарушения срока сдачи дома в эксплуатацию;
- 4) строящиеся дома, квартиры в которых не

продаются (в т. ч. строительство в социальных целях).

Таким образом, составленные в рамках маркетингового исследования базы данных включают исчерпывающий перечень объектов первичной жилой недвижимости г. Челябинска.

По результатам анализа в январе 2013 г. объем основной базы данных составил 109 домов (или 771 000 кв. м), при этом по сравнению с предыдущим месяцем объем предложения возрос на 3 объекта [3].

Распределение основной базы данных относительно цены квадратного метра представлено на рис. 1. За прошедший месяц основное сокращение объема предложения было отмечено в среднем ценовом диапазоне 45 000–50 000 руб./кв. м (–2 объекта). Повышение объема предложения отмечено в различных ценовых диапазонах 35 000–40 000, 40 000–45 000, 50 000–55 000 руб./кв. м (+2 объекта для каждого диапазона). Таким образом, в результате произошедших изменений в структуре произошло несущественное повышение средней цены квадратного метра в городе с 45 362 до 45 372 руб. (+0,02 %).

Объем дополнительной базы данных в январе 2013 г. составил 78 объектов (или 514 000 кв. м), в т. ч. 17 замороженных объектов и 5 объектов, строительство которых имеет социальные цели [3].

В настоящий момент на рынке первичной недвижимости г. Челябинска насчитывается 187 объектов (в т. ч. 22 замороженных и социальных объекта), суммарная площадь которых составляет 1 285 000 кв. м [3]. При этом наблюдается следующая тенденция: большая часть новостроек (56 % или 105 объектов) возводится в рамках комплексной застройки и входит в число 19 новых и строящихся жилых комплексов. Остальные предложения на рынке первичной недвижимости относятся к точечной застройке – 82 объекта (44 %).

В последние годы все больше домов возводятся в рамках комплексной застройки. Причем большая часть новых жилых комплексов (14 из 19) расположена в наиболее привлекательных районах

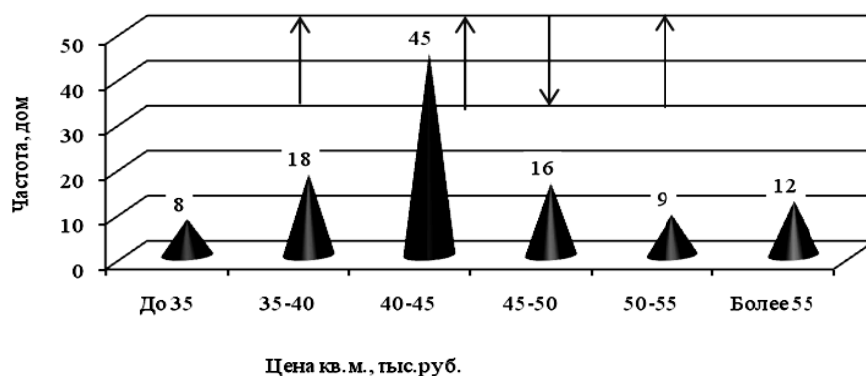


Рис. 1. Распределение базы данных (стрелки указывают направление динамики объема предложения в данной ценовой категории по сравнению с предыдущим месяцем)

города – Советском, Центральном, Калининском и Курчатовском. На производственные районы (Ленинский, Тракторозаводский и Металлургический) приходится всего 4 небольших жилых комплекса и 1 масштабный (п. Чурилово). Основное скопление жилых комплексов отмечается на окраине Курчатовского района (в т. ч. Краснополяской площадке): неподалеку друг от друга расположены ЖК «Александровский», микрорайон «Парковый», 47, 51 микрорайоны и п. Шагол.

В ближайшие два года ожидается строительство еще четырех жилых комплексов, а именно:

1. ЖК «Академ-Сити» около ЧелГУ (ООО «Гринфлайт»). 20 марта 2012 г. аукцион по застройке участка 50 га около ЧелГУ был признан несостоявшимся и единственному участнику ООО «Гринфлайт» было предложено заключить договор по первоначальной цене. Начало продаж ожидается в первой половине текущего года.

2. ЖК в Ленинском районе (ГК «Стройком»), включающий в себя строительство 9 домов (возможно расширение границ участка и увеличение масштабов застройки). Начало продаж в данном комплексе запланировано на 2013 г.

3. ЖК по ул. Ярославская в п. АМЗ (СК «Никс») находится на этапе проектирования.

4. ЖК в 48 микрорайоне Курчатовского района (Краснополяская площадка) (застройщик – СК «Жилстрой № 9»). Вероятность реализации данного проекта невысокая.

Рядом с Челябинском (Сосновский район, западное направление, до 10 км от города) ГК «Стройком» возводятся два малоэтажных жилых комплекса эконом класса: «Залесье» и «Просторы» – и загородный поселок бизнес-класса «Женева», которые в некоторой степени составляют конкуренцию и городским объектам комплексной застройки.

В таблице представлена сравнительная характеристика новых и строящихся жилых комплексов. Как видно из таблицы, самыми масштабными и активно строящимися являются ЖК «Тополиная аллея», микрорайон «Парковый» и ЖК «Александровский» [3].

Как видно из таблицы, на рынке первичной

недвижимости города в настоящий момент наблюдается значительная дифференциация предложения по ценовому признаку. Стоимость квадратного метра в новостройках г. Челябинска варьируется от 28 000 до 85 000 руб. При этом средняя стоимость составляет 45 372 руб. [2, 5].

Следует отметить, что такой разброс цен на первичную недвижимость формируется не стихийно и зависит от целого ряда факторов. Рассмотрим закономерности влияния того или иного фактора на стоимость квадратного метра жилья на рынке первичной недвижимости. В целом можно утверждать, что в настоящее время на региональном рынке на стоимость квадратного метра жилья на рынке первичной недвижимости оказывают влияние следующие факторы:

- местоположение дома;
- тип жилья;
- класс новостройки;
- количество комнат в квартире;
- метраж квартиры;
- этаж расположения квартиры;
- расположение окон;
- планировка квартиры;
- особенности отделки квартиры;
- стадия строительства дома.

Рассмотрим данные факторы подробно.

1. Местоположение дома (рис. 2). Максимальная стоимость квадратного метра наблюдается в новостройках Центрального и Советского районов, она превышает средний по городу показатель на 15 и 19 % соответственно. Данная закономерность обусловлена престижностью районов, относительно благоприятной экологической обстановкой и развитой инфраструктурой. Кроме того, в Центральном и Советском районах наблюдается относительный дефицит первичной недвижимости [2].

Стоимость квадратного метра в Калининском районе зафиксирована на среднерыночном уровне (–1 % от среднего показателя). В Курчатовском районе стоимость первичной недвижимости немного ниже среднерыночной (–5 % от среднего показателя). В производственных районах (Метал-

Сравнительная характеристика жилых комплексов

Название комплекса	Класс домов	Район	Девелопер	Площадь застройки, га	Площадь квартир, тыс. кв. м	Количество домов	Количество сданных домов	Количество строящихся домов
Парковый	Эконом и средний	Курчаговский	ЮУ КЖСИ	88,6	700	111	44	67
Тополиная аллея	Преимущественно средний и бизнес	Центральный	Developer-man (ГК «Стройком»)	91,9	650	87	70	9
Заозерный, Яблоневоый, дома п. Чурилово	Средний	Тракторозаводский	ЮУ КЖСИ, Речелстрой, Массив, ЧГС, Челябинск-Стройиндустрия и др.	70,0	402	67	34	25
Александровский	Бизнес	Курчаговский	Легион-С	16,8	259	18	11	3
Манхеттен	Бизнес и элит	Центральный	Developer-man (ГК «Стройком»)	4,3	180	18	0	3
51 мкрн.	Преимущественно средний	Курчаговский	ЧГС	16,4	172	32	11	0
Комплекс по ул. Кулибина	Эконом и средний	Тракторозаводский	КПД-Заказчик	9,5	100	35	2	2
Загородный	Бизнес и средний	Советский	Символ	4,1	91	20	11	1
Западный луч	Бизнес	Центральный	СК «Западный луч» (ГК «ЕСК»)	6,7	89	5	1	1
47 микрорайон	Средний	Курчаговский	Доступное жилье	10,0	89	13	9	0
Жилой квартал на Дзержинского	Эконом и средний	Ленинский	ЗАО «НТМ»	13,6	76	39	2	0
п. Шагол	Эконом и средний	Курчаговский	ЧГС	12,0	71	14	14	0
Подсолнухи	Бизнес	Калининский	Легион-С	1,0	69	11	2	1
Кировский	Преимущественно бизнес	Калининский	Developer-man (ГК «Стройком»)	3,7	58	14	7	2
Луганская-Омская	Средний	Советский	Жилстрой № 9	2,2	56	7	5	0
Дом на Лесопарковой	Бизнес и элит	Центральный	ИГ «Пионер»	4,5	50	3	1	2
Юбилейный	Эконом и средний	Ленинский	ЧКПЗ	3,0	21	4	0	4
Три кита	Бизнес и средний	Советский	Магистр	2,9	20	7	3	1
Двор на Пекинской	Эконом и средний	Металлургический	ЖК Пекинский (ГК «Аркаим»)	0,8	16	4	2	1

лургическом, Ленинском и Тракторозаводском) рассматриваемый показатель ниже среднего уровня на 16–19 %.

2. Тип жилья. Средняя цена квадратного метра для жилья массового спроса составляет 41 286 руб., а для жилья повышенной комфортности данный показатель выше в 1,23 раза (или на 9636 руб.) и составляет 50 922 руб.

Аналогичная зависимость наблюдается и при сравнении стоимости серийных панельных домов и домов индивидуального проекта (монолитно-каркасных и кирпичных новостроек): стоимость различается в 1,22 раза, или на 8996 руб. в абсолютных величинах (40 844 и 49 840 руб. соответственно).

3. Класс новостройки (рис. 3). В данном случае размах совокупности составляет 18 000 руб. Наибольшая цена квадратного метра характерна для элит класса (+29 % по отношению к среднему значению), далее следуют новостройки бизнес-класса (+8 % по отношению к среднему значению). Вместе с тем, можно сделать вывод, что существенное ценовое различие для классов повышенной комфортности в большей степени обусловлено различным местоположением объектов, а

не различием в качественных характеристиках. При идентичном местоположении объектов бизнес- и элит-класса для них, как правило, устанавливается схожая цена квадратного метра. Например, новостройки элит класса в ЖК «Дом на Лесопарковой» имеют одинаковую цену квадратного метра с новостройкой бизнес-класса в этом же комплексе; новостройка бизнес-класса по ул. Южной, 4в немного превышает по цене квадратного метра новостройку элит класса по ул. Мелькомбинат, 2.

Цена квадратного метра в новостройках эконом и среднего классов сопоставима. Таким образом, цена 1 кв. м в существенной степени зависит от принадлежности новостройки к массовому жилью или жилью повышенной комфортности.

4. Количество комнат в квартире (рис. 4). По стоимости квадратного метра однокомнатные квартиры в среднем на 5 % дороже двухкомнатных, а трехкомнатные – на 2 % дешевле двухкомнатных, четырехкомнатные квартиры по данным за январь 2013 г. дороже двухкомнатных на 2 % (такое соотношение отмечено только в текущем месяце, как правило, для рынка характерно, напротив, отрицательное отличие на 1–3 %).

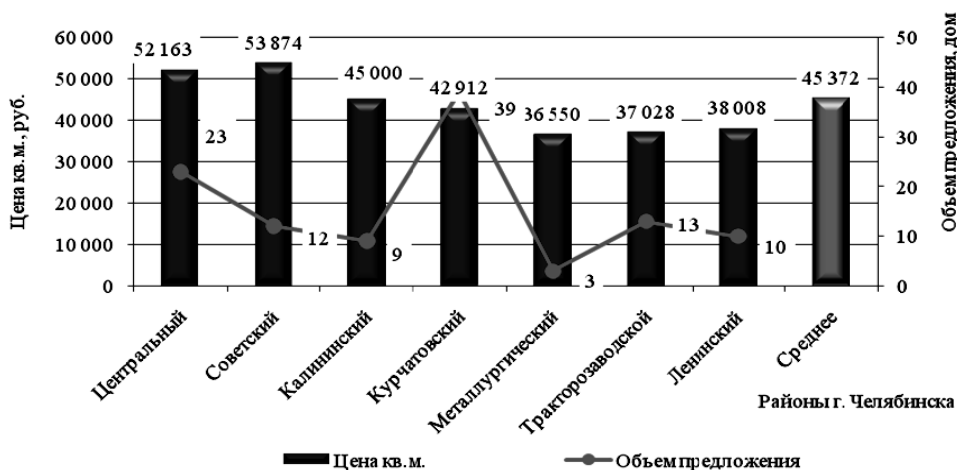


Рис. 2. Зависимость цены квадратного метра от местоположения дома

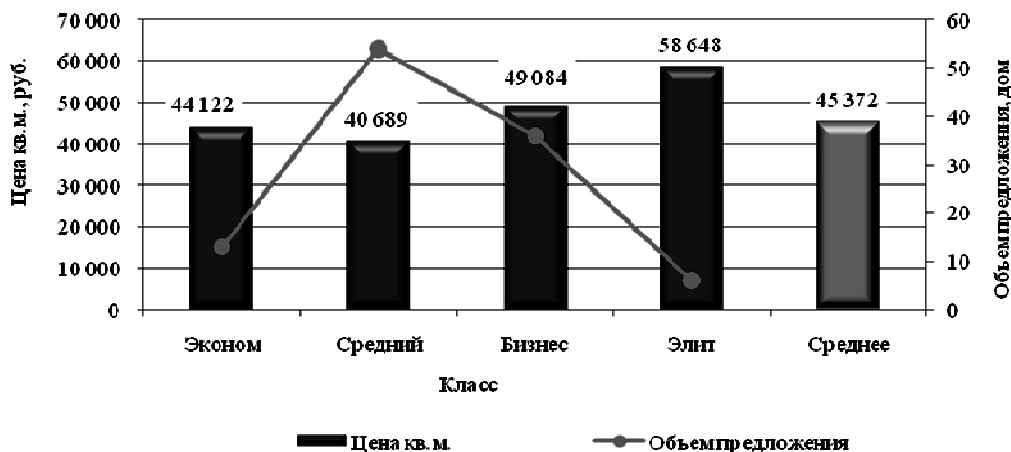


Рис. 3. Зависимость цены квадратного метра от класса дома

Несмотря на то, что цена квадратного метра для квартир с различным количеством комнат имеет небольшую дифференциацию, общая стоимость квартир различается значительно (рис. 5).

5. Метраж квартиры: чем меньше площадь квартиры, тем больше цена квадратного метра. Однако, такая градация, как правило, невелика и не превышает 1000 руб., исключения составляют квартиры-студии 24–26 кв. м (для таких квартир характерно резкое отличие цены квадратного метра от других аналогичных однокомнатных квартир).

Примером дифференциации цен в зависимости от площади квартиры может служить микрорайон «Парковый». Сопоставим первоначальные цены на первичную жилую недвижимость на примере однокомнатных квартир:

- 1) однокомнатная квартира площадью 26 кв. м стоит 36 154 руб./кв. м;
- 2) однокомнатная квартира площадью 34,3 кв. м стоит 34 694 руб./кв. м;
- 3) однокомнатная квартира площадью 37,8 кв. м стоит 34 127 руб./кв. м;
- 4) однокомнатная квартира площадью 40,9 кв. м стоит 33 985 руб./кв. м.

6. Этаж расположения квартиры. Как правило, градация цены в зависимости от этого показателя характерна для домов повышенной комфортности. Ощутимое различие между ценой квадратного метра первых и последних этажей отмечено для 30 новостроек (71 %). Приведем примеры данной градации, сравнив первоначальные цены для всех этажей:

- дом на Энгельса, 99в: от 45 000 до 55 000 руб./кв. м;
- Бр. Кашириных, 85а: от 39 000 до 48 000 руб./кв. м;
- ЖК «Подсолнухи», дом № 13: от 37 000 до 40 000 руб./кв. м;
- ЖК «Подсолнухи», дом № 10: от 36 000 до 39 000 руб./кв. м;
- ЖК «Дом на Лесопарковой»: от 50 000 до 70 000 руб./кв. м;
- ЖК «Западный луч»: от 45 000 до 55 000 руб./кв. м.

Как показало проведенное исследование, минимальная стоимость, как правило, характерна для 2–3 этажей (с учетом того, что на первом этаже

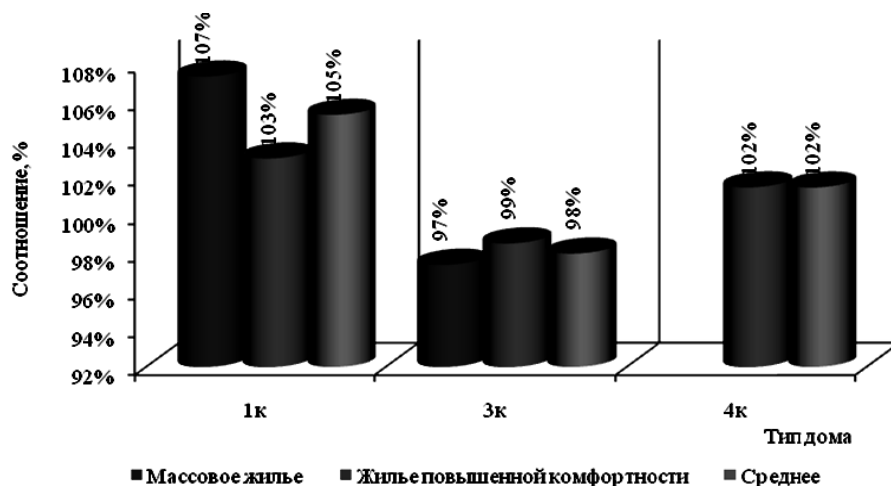


Рис. 4. Соотношение цены квадратного метра 1-, 3-, 4-комнатных квартир с ценой 2-комнатных квартир

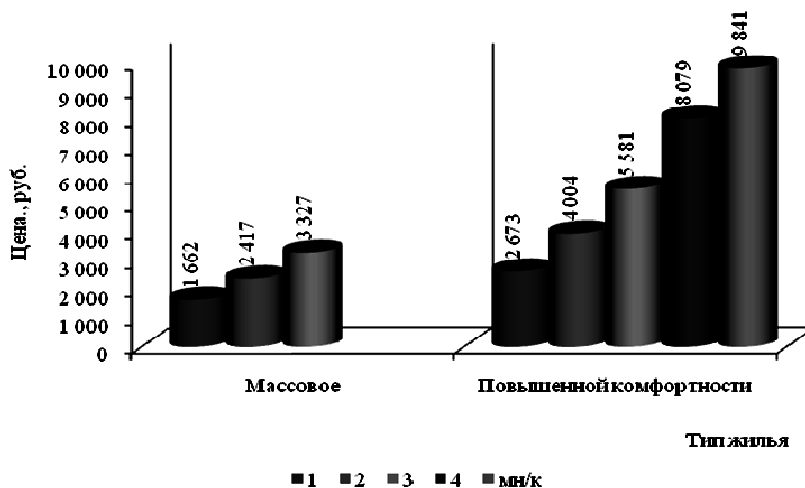


Рис. 5. Общая стоимость квартиры в разрезе типа дома и количества комнат

располагаются нежилые помещения), далее следуют группы средних этажей, максимальные цены устанавливаются на верхних этажах. Например, СК «Легион-С» для всех своих домов устанавливает следующую дифференциацию цен:

- 2 этаж – минимальная цена за 1 кв. м;
- 3 этаж – дополнительно 1000 руб. за 1 кв. м по отношению к минимальной цене;
- 4–10 этажи – дополнительно 2000 руб. за 1 кв. м по отношению к минимальной цене;
- 11-последний этаж – дополнительно 3000 руб. за 1 кв. м по отношению к минимальной цене.

Важно отметить, что многие застройщики отдельно выделяют пентхаусы (или двухуровневые квартиры) на последних этажах. Их стоимость существенно превосходит аналогичный показатель для квартир более низких этажей. Например, в ЖК «Подсолнухи» цена квадратного метра для пентхаусов составляет 46 000–52 000 руб., в то время как для квартир средних этажей данный показатель варьируется в пределах 36 000–40 000 руб.

Отметим, что для массового жилья (панельных домов) дифференциация цен в зависимости от этажа нехарактерна. Как правило, если такая зависимость существует, она выражается в иной градации цен на квадратный метр:

- минимальная цена квадратного метра (например, на 1000–2000 руб. ниже по сравнению с максимальной стоимостью) устанавливается для крайних этажей;
- специальная пониженная цена для 2 и 9 этажей (как правило, на 500–1000 руб. ниже максимальной цены);
- максимальная стоимость квадратного метра устанавливается для 3–8 этажей.

7. Расположение окон. Данный фактор влияет на стоимость квартиры в домах, расположенных на первой линии оживленных улиц или расположенных близко к дороге. Так, цена квадратного метра в новостройке по ул. Елькина, 84 в первоначальном варианте для однокомнатных квартир, окна которых выходят во двор, составляет 55 000 руб. Если же окна в квартире выходят на ул. Елькина (из окон отрывается вид на склады), то данное значение составляет 54 000 руб.

В некоторых случаях небольшое отличие цен наблюдается в зависимости от сторон света, на которые выходят окна (например, данный фактор учитывает ГК «Стройком»). Вид из окон также может влиять на стоимость квадратного метра в квартире. Наиболее ценны предложения с видом на лес, реку.

8. Планировка. Если квартира имеет неудачную планировку (вытянутые комнаты, комнаты «трамвайчиком», окна на одну сторону и др.), то, как показывает исследование, стоимость на нее может быть снижена на 3000–5000 руб./кв. м.

9. Отделка квартиры. Квартиры без отделки, как правило, на 2000 руб./кв. м дешевле аналогичных квартир с отделкой.

10. Стадия строительства дома. Данный фактор также в некоторой степени влияет на цену квадратного метра. Вместе с тем, привести количественные показатели такой зависимости достаточно сложно, поскольку рост цен по мере строительства дома обусловлен, в первую очередь, рыночной ситуацией, а также ростом известности проекта. Проиллюстрируем это положение на примере. Рассмотрим динамику цены на квартиры в микрорайоне «Парковый» по стадиям строительства:

- цена квадратного метра в микрорайоне «Парковый» в начале строительства составляла 30 910 руб.;
- через 6 месяцев после начала строительства, когда степень готовности домов была более 60 %, цена квадратного метра была поднята на 7 % и составила 33 226 руб.;
- продажи в сданных домах были закончены при средней цене квадратного метра 42 373 руб.; тем самым, темп прироста составил еще 28 %, и, следовательно, за год рост цены квадратного метра составил 37 %.

Вместе с тем, следует отметить, что рост цены квадратного метра обусловлен, по нашему мнению, не только увеличением степени готовности домов, но и общим ростом стоимости квартир на рынке, а также получением микрорайоном «Парковый» большой известности и популярности в городе.

В целом можно утверждать, что повышение цен сверх общего роста цены квадратного метра на первичном рынке характерно для стадии готовности более 80–90 %. Как правило, такое повышение составляет около 5 %.

Тем не менее, исследование показало, что на рынке присутствуют объекты, цена которых не меняется на всем протяжении экспозиции объекта. В основном, это дома повышенной комфортности или переоцененные объекты.

Таким образом, проведенное авторами маркетинговое исследование цен на первичную жилую недвижимость на рынке г. Челябинска выявило комплекс факторов, оказывающих влияние на стоимость квартиры. Среди них местоположение, тип квартиры, количество комнат, метраж, планировка, вид из окон, а также стадия строительства дома. Средняя цена квадратного метра на рынке первичной жилой недвижимости в январе 2013 г. составила 45 372 руб. без учета скидок. На рис. 6 представлена зависимость стоимости квадратного метра первичной недвижимости в разрезе двух основных факторов: район расположения и тип жилья.

Как видно, представленные значения средней цены квадратного метра подчиняются общим маркетинговым тенденциям на рынке. Так, наибольшая цена квадратного метра приходится на Центральный и Советский районы, наименьшая – на Тракторозаводский и другие промышленные районы. Сравнительно более высокая цена квадратного

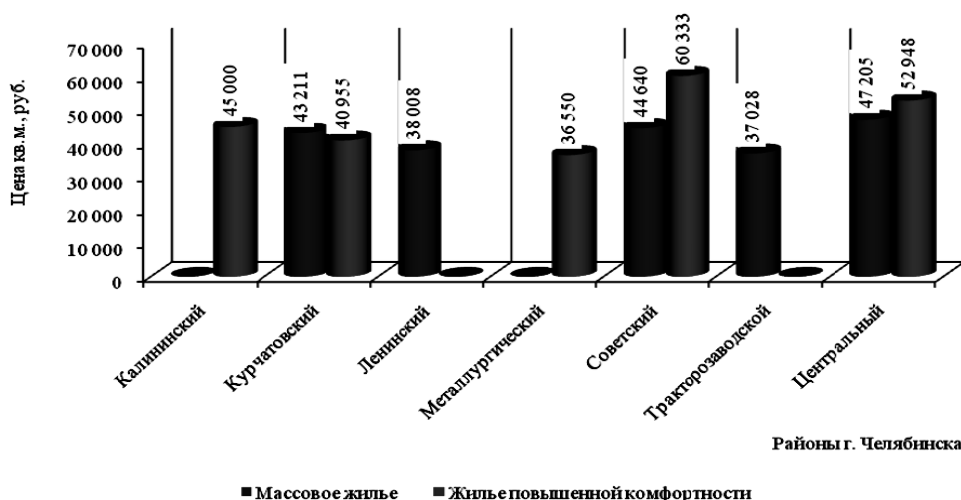


Рис. 6. Цена квадратного метра в зависимости от района города и типа жилья

го метра характерна для домов, относящихся к сегменту жилья повышенной комфортности.

Итак, выявленные в ходе маркетингового анализа рынка первичной недвижимости г. Челябинска закономерности и тенденции ценообразования позволяют формировать представление о текущем состоянии экономики региона. Значительная дифференциация цен квадратного метра первичного жилья и достаточно большое количество факторов, формирующих стоимость квартиры, наравне с большим объемом предложения, говорят о высоком уровне платежеспособности региона. Можно отметить высокий спрос на недвижимость и дефицитное по сравнению с ним предложение первичной недвижимости города.

Исходя из сказанного, дифференцированный подход к ценообразованию квартир на рынке нового и строящегося жилья позволяет компаниям-застройщикам регулировать продажи недвижимости. Кроме того, понимание структуры цены на рынке первичного жилья помогает конечным потребителям в выборе недвижимости и сравнении

альтернативных по стоимости предложений, что упрощает подбор оптимальной квартиры в условиях высококонкурентного рынка.

Литература

1. «Первичка» будет расти в цене [Электронный ресурс]: fnpr.org.ru. – <http://www.fnpr.org.ru/construction/pervichka-budet-rasti-v-cene/>
2. Информация из анализа рынка первичной жилой недвижимости г. Челябинска (10.01.2013) [Электронный ресурс]: Риэлторская компания «Служба недвижимости». – <http://www.rcsn.ru/consulting/obzor-rynka-ndvzhimosti/zhilaya-ndvzhimost/pervichnyj-rynok/>
3. Карта новостроек [Электронный ресурс]: [Domchel.ru](http://domchel.ru). – <http://7474.ru/karta/>
4. Недвижимость в Челябинске: состояние рынка и тенденции [Электронный ресурс]: Эксперт недвижимость. – <http://kvartira74.com/ndvzhimost-v-chelyabinske-sostoyanie-rynka-i-tendencii/>
5. Новостройки [Электронный ресурс]: Деловой квартал. – <http://chel.dkvartal.ru/wiki/novostroyki>.

Поступила в редакцию 11 февраля 2013 г.

Стукалов Денис Валерьевич. Кандидат педагогических наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – маркетинг, маркетинговая деятельность предприятий на рынке недвижимости. Контактный телефон: (8-919) 318-37-49, e-mail: denvs@gmail.com.

Denis Valerevich Stukalov. Candidate of Science (Pedagogy), Associate Professor of the Marketing and Management Department of the Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: marketing, company marketing activities in the real estate market. Contact phone: (8-919) 318-37-49, e-mail: denvs@gmail.com.

Ухова Антонина Ивановна. Аспирант кафедры маркетинговых коммуникаций Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – маркетинг, маркетинговая деятельность предприятий на рынке недвижимости, маркетинговые коммуникации на рынке недвижимости. Контактный телефон: (8-951) 801-67-30, e-mail: antonina.ukhova@gmail.com.

Antonina Ivanovna Ukhova. Post-graduate student of the Marketing Communications Department of the Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: marketing, company marketing activities in the real estate market, marketing communications in the real estate market. Contact phone: (8-951) 801-67-30, e-mail: antonina.ukhova@gmail.com.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК НА ОСНОВЕ GAP-АНАЛИЗА

Г.М. Грейз, Ю.Г. Кузменко, В.А. Марковский

Рассмотрены возможности повышения эффективности цепей поставок на основе GAP-анализа. Изучена сущность анализа разрывов, выбраны критерии функционирования логистической системы, разработаны относительные показатели, позволяющие оценить разрывы в системе. Для отрасли трубной промышленности предложены пороговые значения этих показателей.

Ключевые слова: логистика, управление цепями поставок, эффективность цепей поставок, промышленные предприятия, GAP-анализ, анализ разрывов.

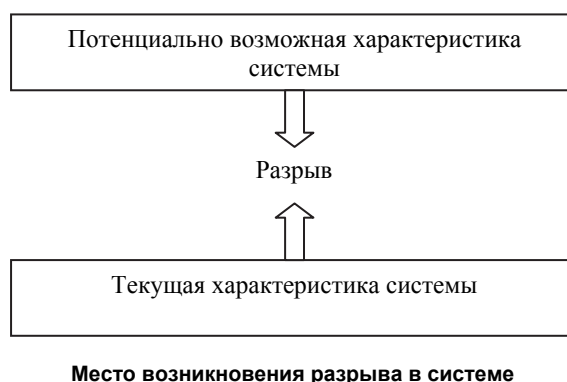
Логистический подход предполагает управление интегральным потоком, тем не менее, в реальной практике приходится контролировать потоки и затраты на их движение на отдельных участках логистической цепи. В принципе, достижение локальных оптимумов по затратам не является задачей логистического подхода, так как повышенные затраты на одном участке цепи поставок могут быть компенсированы выигрышем на другом участке. Вместе с тем, в такой сложной комплексной многофакторной системе, как цепь поставок, важен контроль затрат на каждом участке цепи. Повышенные затраты могут возникать, в том числе, по причине наличия в цепи разнообразных элементов с экономически несогласованными целями. Для выявления и устранения таких затрат нами было предложено использование методики GAP-анализа, позволяющей установить разрывы – несоответствия между текущими и желаемыми характеристиками логистической системы.

GAP-анализ, или анализ разрывов – это форма стратегического анализа, комплексное аналитическое исследование, изучающее несоответствия, разрывы между текущим состоянием компании и желаемым. Этот анализ также позволяет выделить проблемные зоны, препятствующие развитию, и оценить степень готовности компании к выполнению перехода от текущего состояния к желаемому [1].

Под разрывом в системе в теории GAP-анализа понимается несоответствие реальных (текущих) возможностей системы желаемому (потенциальному) уровню эффективности функционирования системы, что отражено на рисунке.

Отметим, что данный вид анализа чаще всего используется в современной производственной практике промышленных предприятий. Тем не менее, он, по нашему мнению, может также служить эффективным инструментом исследования и совершенствования цепей поставок, в частности,

поставок на экспорт. Основным преимуществом метода является «прицельный» анализ текущей ситуации и возможность максимально точно направить усилия по развитию исходной системы.



Цель классического GAP-анализа заключается в том, чтобы выявить те возможности рынка и компании, которые могут стать для компании эффективными рыночными преимуществами. Таким образом, классический GAP-анализ позволяет максимально реализовать внутренний потенциал предприятия, используя при этом внешние возможности [2]. Помимо этого, GAP-анализ позволяет избавиться от проблемных ситуаций внутри компании, разрешить противоречивые требования подразделений, например, технологов и маркетингов.

Классический GAP-анализ находит применение как в повседневной практике, преследуя цели повышения эффективности работы отдельно взятых направлений компании, так и в стратегическом планировании. В последнем случае GAP-анализ может оказаться наиболее эффективным по причине того, что позволяет оценить достижимость и эффективность запланированных целей и задач еще до того, как они будут согласованы и утверждены.

К основным категориям разрывов в классическом GAP-анализе относят:

- 1) рыночные;
- 2) разрывы в качестве продукции и обслуживания;
- 3) организационные;
- 4) руководство бизнесом;
- 5) бизнес-процессы;
- 6) информационные технологии [3].

Таким образом, в научно-практической сфере проведение классического GAP-анализа позволяет выявить определенные рыночные разрывы путем сопоставления действительных и желаемых показателей. Применительно же к цепям поставок вообще и экспортно-распределительной системе, в частности, нами предлагается использовать GAP-анализ для выявления конкретных несоответствий параметров логистической системы – разрывов – и определения величины этого несоответствия по размеру отклонения текущего значения данного параметра от желаемого.

Рассмотрим возможности GAP-анализа в логистической сфере на примере цепи поставок трубной промышленности на экспорт. В целях обнаружения разрывов в экспортно-распределительной логистической системе были выбраны следующие критерии:

- полнота выполнения заказов;
- обеспечение заданных сроков поставки;
- сроки выполнения отдельных логистических операций;
- стабильность сроков выполнения логистических операций;
- затраты на выполнение логистических операций;
- суммарные затраты всей системы.

Данные критерии были определены путем оп-

роса представителей сбытовых и логистических подразделений предприятий трубной промышленности. По результатам опроса было выполнено ранжирование общего перечня предложенных нами критериев. Первые 10 наиболее значимых критериев приведены в табл. 1.

Для измерения приведенных в табл. 1 критериев были предложены относительные показатели, позволяющие оценить возникающие в логистической системе разрывы.

Как правило, оценка работы предприятия на внешнем рынке начинается с анализа выполнения им обязательств по экспорту и их динамики. При этом разрыв в количестве выполненных заказов ($GAP_{зак}$) определяется по следующей формуле:

$$GAP_{зак} = \frac{N_{pz} - N_{вз}}{N_{pz}}, \quad (1)$$

где N_{pz} – общее число размещенных заказов за промежуток времени t , шт.; $N_{вз}$ – общее число выполненных заказов за промежуток времени t , шт.

Расчет коэффициента позволяет выявить относительную долю невыполненных заказов и, таким образом, оценить расхождение между потенциальной возможностью системы и реальным ее положением.

Срок доставки товара клиенту является одним из наиболее важных показателей качества транспортных услуг. Разрыв в выполнении сроков поставки (GAP_T) может быть определен аналогично:

$$GAP_T = \frac{T_{зак.Д} - T_{зак.К}}{T_{зак.К}}, \quad (2)$$

где $T_{зак.Д}$ – среднее время выполнения одного заказа за период t , дн.; $T_{зак.К}$ – время выполнения одного заказа в соответствии с контрактными обязательствами продавца, дн.

При поставках продукции на экспорт выпол-

Таблица 1
Значимость критериев функционирования экспортно-распределительной логистической системы

Рейтинг (по степени значимости)	Критерий	Условное обозначение
1	Разрыв в количестве выполненных заказов	$GAP_{зак}$
2	Разрыв в затратах на функционирование всей логистической распределительной системы	$GAP_{\Sigma C}$
3	Разрыв в затратах на определенном участке цепи поставок	GAP_C
4	Разрыв в выполнении сроков поставки	GAP_T
5	Разрыв в сроках выполнения определенной логистической операции	$GAP_{T.on}$
6	Разрыв в стабильности сроков выполнения логистической операции	$GAP_{стаб}$
7	Разрыв в стабильности затрат на определенном участке цепи поставок	$GAP_{стаб.on}$
8	Разрыв в стабильности выполнения заказов	$GAP_{стаб.зак}$
9	Разрыв в стабильности выполнения сроков поставки	$GAP_{стаб.T}$
10	Разрыв в стабильности затрат на функционирование всей логистической распределительной системы в зависимости от периода	$GAP_{стаб.\Sigma C}$

нение сроков является критичным, поскольку срыв временных обязательств влечет резкий рост издержек, вызванных штрафными санкциями со стороны покупателя и, в некоторых случаях, санкциями со стороны таможенных органов.

Изначально для определения срока поставки необходимо, с нашей точки зрения, учитывать сроки как изготовления товара, так и его транспортировки.

Сроки транспортировки определяют общее время в пути по заданному маршруту с использованием определенных видов транспорта и включают в себя временные затраты на получение груза у отправителя, таможенное оформление экспорта, переработку груза в терминале отправления, перевозку до таможенного терминала в стране прибытия. Кроме того, эти сроки должны быть согласованы с транспортно-логистическими посредниками.

Также важно учитывать срок формирования и обработки заказа. Это время, требуемое для формирования заказа продавцу, обработки заказа поставщиком, расчета цены и определения сроков производства, отправки подтверждения заказа покупателю. Как правило, поставщик обязуется отправить товар не позднее дня, указанного в подтверждении заказа [4].

Таким образом, для поставщика высокую степень значимости приобретает своевременное выполнение каждой из логистических операций, имеющих место при реализации экспортной поставки. Для выявления несоответствий в этой области введен показатель разрыва в сроках выполнения логистической операции.

Разрыв в сроках выполнения определенной логистической операции ($GAP_{T.on}$) определяется по формуле

$$GAP_{T.on} = \frac{T_{on,\Delta} - T_{on,\Pi}}{T_{on,\Pi}}, \quad (3)$$

где $T_{on,\Delta}$ – среднее время выполнения логистической операции за период времени t , ч; $T_{on,\Pi}$ – целевое время выполнения логистической операции, ч.

Данный показатель позволяет оценить несоответствие между фактическим временем выполнения логистической операции одного типа на одном участке маршрута и временем выполнения этой операции, заданным в качестве целевого.

Разрыв в стабильности сроков выполнения конкретной логистической операции ($GAP_{cma\delta}$) может быть определен по формуле для расчета среднеквадратического отклонения:

$$GAP_{cma\delta} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (T_{on,i} - T_{on,\Delta})^2}{n}}, \quad (4)$$

где n – количество логистических операций одного вида на промежутке времени t ; $T_{on,\Delta}$ – среднее время выполнения логистической операции за промежутки времени t , ч; $T_{on,i}$ – фактическое время выполнения i -й логистической операции, ч.

Критерием выбора способов транспортировки и транспортного посредника являются затраты на транспортировку. Грузоотправителю следует выбирать способы транспортировки с минимальной тарифной стоимостью. Способ объединения грузов до полной загрузки товарного места является одним из методов снижения транспортных затрат. Комбинирование и объединение грузов может замедлить процесс доставки, но при этом значительно снизить стоимость транспортировки. Транспортные тарифы в железнодорожном, автомобильном, воздушном и морском транспорте значительно различаются между собой. Соблюдение требований к скорости доставки, как правило, требует увеличения расходов на перевозку грузов [5].

Разрыв в затратах на определенном участке цепи поставок (GAP_C) вычисляется по формуле:

$$GAP_C = \frac{C_{j,\Delta} - C_{j,\Pi}}{C_{j,\Pi}}, \quad (5)$$

где $C_{j,\Pi}$ – целевая величина затрат на промежутке j цепи поставок за период времени t , у.е.; $C_{j,\Delta}$ – средние затраты на промежутке j цепи поставок за период времени t , у.е.

Разрыв в общих затратах на функционирование всей логистической распределительной системы используется формула:

$$GAP_{\Sigma C} = \frac{\sum_{j=1}^n (C_{j,\Delta} - C_{j,\Pi})}{\sum_{j=1}^n C_{j,\Delta}}, \quad (6)$$

где n – количество участков возникновения логистических затрат в цепи поставок.

Отметим, что для каждой разновидности макрологистических систем характерен свой набор показателей и их пороговые значения, превышение которых сигнализирует о наличии разрыва в системе. Сравнение фактических значений этих показателей с пороговыми позволяет выявить места возникновения разрывов и провести более детальный анализ, имеющий своей целью определение и устранение причин возникновения разрывов в логистической распределительной системе.

На основе экспертных оценок выявлен набор показателей и определены их пороговые значения, сигнализирующие о наличии разрывов, применительно к экспортно-распределительной логистической системе. Значения этих показателей с учетом специфики трубной промышленности представлены в табл. 2.

Таким образом, на основе ранжирования значимости авторами определен перечень показателей, для которых предложена допустимая величина разрывов. При расчете указанных величин подчеркивается необходимость учета ранга показателя.

Как следствие, более значимые для построения экспортно-распределительной логистической системы показатели имеют меньшую величину допустимого разрыва. В свою очередь, превышение допустимых значений является основанием

Пороговые (минимальные) значения показателей, сигнализирующие о разрыве в экспортно-распределительной логистической системе

Показатель	Условное обозначение	Минимальное значение показателя
Разрыв в количестве выполненных заказов	$GAP_{зак}$	0
Разрыв в выполнении сроков поставки	GAP_T	0,15
Разрыв в сроках выполнения определенной логистической операции	$GAP_{T.on}$	0,2
Нестабильность сроков выполнения логистической операции	$GAP_{стаб}$	0,26
Разрыв в затратах на определенном участке цепи поставок	GAP_C	0,08
Разрыв в затратах на функционирование всей логистической распределительной системы	$GAP_{\Sigma C}$	0,05

для проведения более детального анализа, имеющего своей целью решение проблемы так называемых ограничений в логистической распределительной системе.

Литература

1. Гершун, А. *Технологии сбалансированного управления* / А. Гершун, М. Горский. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004.

2. Crouch, S. *Marketing Research for Managers* / S. Crouch, M. Housden. – Butterworth-Heinemann, 2003.

3. Franklin, M. *Performance Gap Analysis* / M. Franklin. – Infoline ASTD, 2006.

4. David, P. *International Logistics* / P. David, R. Stewart. – Thompson, 2008.

5. *Транспортировка в логистике: учебное пособие* / В.С. Лукинский, В.В. Лукинский, И.А. Платуняк, Н.Г. Плетнева. – СПб.: СПбГИЭУ, 2005.

Поступила в редакцию 1 ноября 2012 г.

Грейз Георгий Маркович. Доцент кафедры экономики торговли Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – логистическая деятельность промышленных предприятий. Тел. (351) 267-93-03.

Georgiy Markovich Greyz. Senior lecturer of Trade Economy Department, Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: logistical activity of industrial enterprise. Contact phone: (351) 267-93-03.

Кузменко Юлия Геннадьевна. Доцент кафедры экономики торговли, заместитель декана Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – формирование логистической системы торгового обслуживания. Тел. (351) 267-93-03.

Julia Gennadevna Kuzmenko. Senior lecturer of Trade Economy Department, Vice-dean of Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: formation of logistical system of trading service. Contact phone: (351) 267-93-03.

Марковский Владимир Андреевич. Ассистент кафедры экономики торговли Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – распределительные системы в международной логистике. Тел. (351) 267-93-03.

Vladimir Andreevich Markovkiy. Assistant of Trade Economy Department, Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: distribution systems in international logistics. Contact phone: (351) 267-93-03.

Управление качеством товаров и услуг

УДК 663.63/.64 + 628.16

К ВОПРОСУ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ВОДЫ, ИСПОЛЬЗУЕМОЙ В ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВАХ

И.Ю. Потороко, Р.И. Фаткуллин, И.В. Калинина

Статья посвящена проблемам обеспечения качества воды, используемой в пищевых производствах. Рассмотрены причины высокой степени загрязненности воды системы централизованного водообеспечения, проведен сравнительный анализ требований к качеству воды, установленных в РФ и других странах. В статье приведены результаты исследования качества воды водопроводной и артезианской, используемой в пищевых производствах.

Ключевые слова: пищевые производства, качество воды, требования к качеству воды, методы очистки воды.

«Обеспечение населения качественной питьевой водой является одним из важнейших условий повышения качества и продолжительности жизни жителей Челябинской области. Некачественная вода является прямой или косвенной причиной 80 % болезней. По экспертным оценкам, использование качественной питьевой воды позволит увеличить среднюю продолжительность жизни на 5–7 лет, а увеличение продолжительности жизни является одним из главных приоритетов стратегии развития Челябинской области до 2020 года.» Это заявление лежит в основе областной целевой программы «Чистая вода», утвержденной постановлением Правительства Челябинской области от 17 сентября 2009 г. № 217-П [4].

В последние годы на территории Челябинской области образовался комплекс серьезных экологических проблем, связанных с обеспечением населения региона питьевой водой нормативного качества.

Доля неудовлетворительных проб воды из водоразводящих сетей по санитарно-химическим и микробиологическим показателям в последние годы характеризуется устойчивой тенденцией роста.

Так, для поверхностных водных объектов I категории (используемых для питьевого водоснабжения) доля проб, не отвечающих гигиеническим нормативам по санитарно-химическим показателям за последние годы составила в среднем 25,5%, по микробиологическим показателям – 8,9% [4].

Крайне неудовлетворительное качество воды по санитарно-химическим показателям отмечено в источниках питьевого водоснабжения городов Троицка, Нязепетровска, Карабаша, а также в Чебаркульском, Карталинском, Нагайбакском, Красноармейском, Агаповском, Кизильском и Верхнеуральском муниципальных районах.

Природными особенностями большинства подземных водоемчиков Красноармейского,

Верхнеуральского, Агаповского, Кизильского, Еткульского муниципальных районов является повышенное содержание железа (превышение нормы в 3 раза). В Кизильском, Варненском, Красноармейском муниципальных районах повышен уровень жесткости воды – до 15 мэкв/л.

В ряде населенных пунктов в связи с дефицитом водных ресурсов необходимого качества питьевая вода подается по графику, в 38 населенных пунктах для питьевых целей используется привозная вода [4].

Общей причиной низкого качества питьевой воды является неудовлетворительное состояние водоемчиков и водоразводящих сетей, устаревшие способы водоподготовки в условиях централизованного водоснабжения [2].

В Челябинской области питьевая вода транспортируется водопроводными системами, протяженность которых составляет 11154,7 км, большая часть из них имеют износ свыше 50 %.

Согласно данным, представленным на интерактивной карте качества воды в России (рис. 1), к числу основных контаминантов водных источников территории Челябинской области можно отнести железо, кадмий, свинец, магний. Кроме того, для водных источников Уральского региона характерна высокая степень микробиологической загрязненности. По показателю «общие колиформы» количество неудовлетворительных проб составляет в среднем 8,30 %, что свидетельствует о ее недостаточной очистке, вторичном загрязнении или о наличии в воде избыточного количества питательных веществ для микроорганизмов [3].

Таким образом, анализируя состояние водообеспечения в Челябинской области, можно отметить, что, несмотря на высокую степень обеспеченности региона водными ресурсами, качество водных объектов, используемых для водоснабжения населения, характеризуется как критическое.

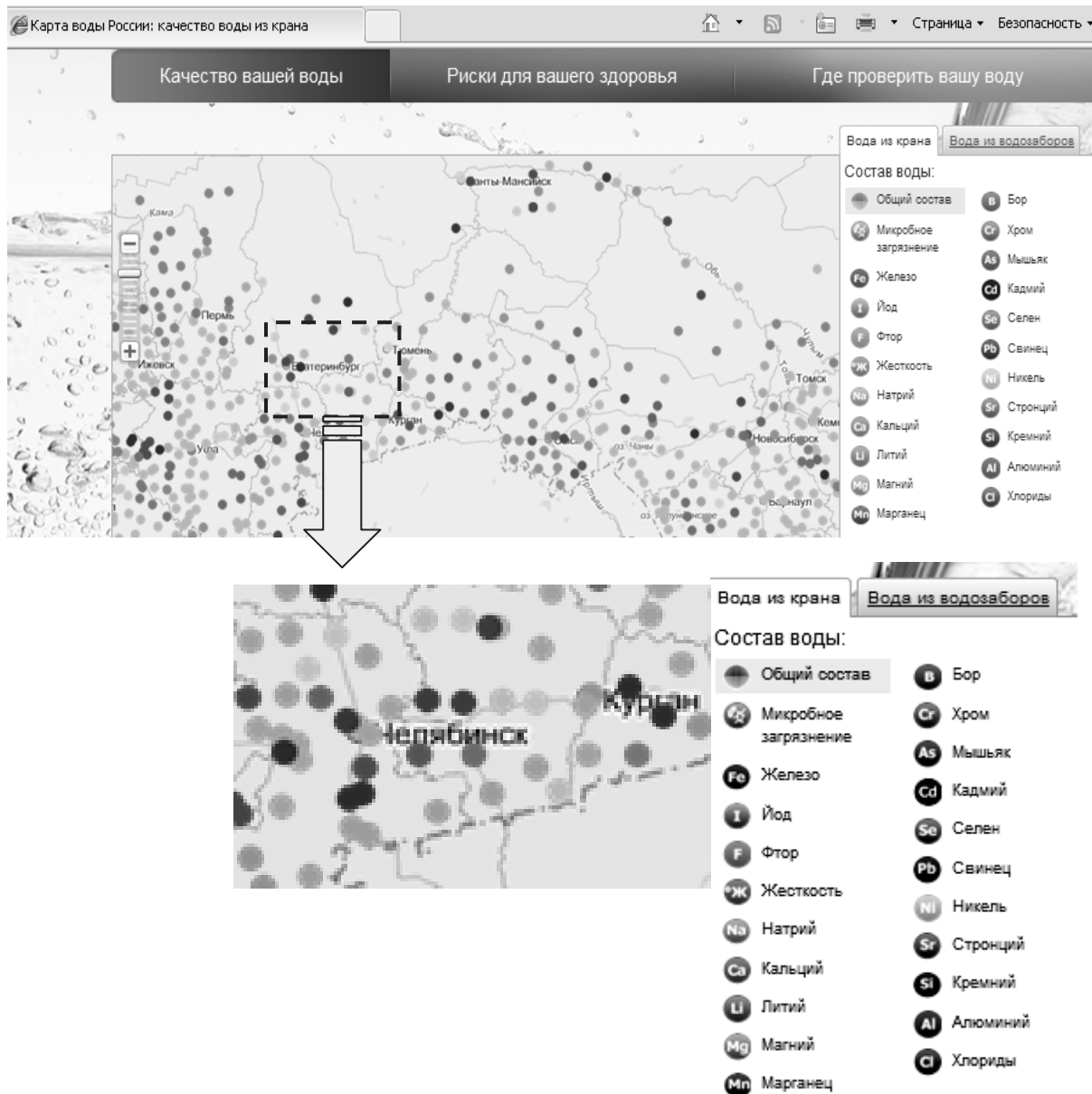


Рис. 1. Состав воды Уральского региона (по данным <http://watermap.zdorovieinfo.ru>)

Низкое качество водопроводной воды в совокупности с перебоями водообеспечения приводит к тому, что использование бутилированной воды становится одним из основных, а для ряда муниципальных районов – практически единственным путем решения проблемы обеспечения населения качественной питьевой водой в достаточном количестве.

Кроме того, одной из приоритетных задач, обозначенных в региональной программе «Чистая вода» для обеспечения населения Челябинской области питьевой водой нормативного качества, является оказание содействия организациям, производящим бутилированную питьевую воду из водных объектов, расположенных на территории Челябинской области. Это явилось посылкой к формированию четкой тенденции увеличения доли

бутилированной воды региональных производителей на потребительском рынке безалкогольных напитков.

Для сегмента безалкогольных напитков, как и для большинства других, основным событием за 2010–2012 гг. стало вступление России в таможенный союз и ВТО. При этом возникает острая необходимость пересмотра требований, предъявляемых к качеству питьевой воды для гармонизации их с требованиями мирового сообщества. В связи с этим особый интерес представляет сопоставление норм качества воды России, Европейского Союза, Всемирной организации здравоохранения (см. таблицу).

Следует также отметить, что особенность российских нормативов заключается в том, что для некоторых показателей установлены предельно

Требования, предъявляемые к качеству питьевой воды (выборочно)

Показатели качества	Нормы качества воды СанПиН 2.1.4.1074-01	Директива Совета Европейского союза 98/83/ЕС	Всемирная организация здравоохранения, Женева
Запах, баллы	2	2/3	Отсутствует
Цветность, градусы	20	20	15
Мутность, мг/дм ³ / ед ЕМФ	1,5 / 2,6	1,0	2,0
Осадок	–	–	–
рН	6,0–9,0	6,2–8,5	6,5–8,5
Перманганатная окисляемость, мг О ₂ /дм ³	5,0	5,0	–
Азот аммиака, мг/л	2,0	0,5	1,5
Азот нитритов, мг/л	3,0	0,5	3,0
Азот нитратов, мг/л	45,0	50,0	50,0
Сульфаты, мг/л	500	250	250
Фториды, мг/дм ³	1,5	0,7–1,5	1,5
Щелочность, мг-экв/л	0,5–6,5	30	–
Общая жесткость, мг-экв/л	7,0	2,9	2,5
Железо общее /растворен., мг/л	0,3	0,2	0,3
Марганец, мг/дм ³	0,1	0,1	0,05
Сероводород, мг/дм ³	0,03	–	0,05
Сульфиды, мг/дм ³	Отсутствие	Отсутствие	Отсутствие
Общее микробное число, кл/мл	≤ 50	10 (при 22 °С) 100 (при 37 °С)	–
Общие колиформные бактерии, кл/100 мл	Отсутствие	Отсутствие	Отсутствие

допустимые концентрации (ПДК), находящиеся за пределом чувствительности применяемых методик. С анализом такой высокой точности могут справиться в России лишь немногие хорошо оснащенные лаборатории [3].

Анализируя представленные в таблице данные, можно констатировать тот факт, что одни и те же показатели качества воды в разных нормативных документах существенно отличаются друг от друга. В России занижены требования по следующим показателям: общая жесткость, общее микробное число, содержание сульфатов, аммиачного азота, мутности, цветности, рН.

Ужесточение же требований к качеству воды для производителей неизбежно сопряжено с поиском новых и по возможности недорогих механизмов интенсификации и повышения эффективности технологических процессов производства, особую значимость при этом приобретает такой этап технологического цикла как водоподготовка.

В современных условиях жесткого техногенного прессинга системы очистки воды на предприятиях безалкогольной отрасли не всегда справляются со сложной задачей водоподготовки, и про-

изводители зачастую сталкиваются с проблемой дополнительной очистки воды [1].

При отсутствии микроорганизмов, хлора, тяжелых металлов и других токсических элементов и органических контаминантов, сырьевая вода для производства безалкогольных напитков должна обеспечивать сбалансированный состав макро- и микроэлементов.

Для организации эффективной водоподготовки предприятиям необходимо отслеживать основные критические показатели качества воды, используемой ими для производства.

В безалкогольном производстве используется вода как из системы хозяйственно-питьевого водоснабжения, так и добываемая из подземных водисточников.

Был проведен анализ качества воды в рамках деятельности одного из ведущих предприятий безалкогольного производства Уральского региона. Исследования проводились по сезонам в течение 2010–2011 гг.

Рассматривались пробы воды из системы хозяйственно-питьевого водоснабжения и артезианская вода. Результаты показали, что критические

Управление качеством товаров и услуг

показатели для водопроводной и артезианской воды несколько различны (рис. 2).

На следующем этапе был рассчитан индекс комплексного загрязнения воды, который учитывался по 6 параметров для артезианской и водопроводной воды (рис. 3). Представленные на рисунке данные дают представление о состоянии воды в целом и ее технологической пригодности по сезонам.

Наибольшая степень загрязненности и, соответственно, худшие технологические характеристики отмечены для воды артезианской в весенне-зимний период, что, в первую очередь, было обусловлено повышенной жесткостью и высоким содержанием магния и кремния. В летний же сезон вода из скважины характеризуется наиболее приемлемым составом.

Для водопроводной воды в весенний период была отмечена тенденция значительного ее загрязнения и снижения технологических свойств, что в первую очередь было обусловлено ухудшением показателей мутности, перманганатной окисляемости, содержания хлоридов. Более стабильные свойства водопроводной воды по рассчитываемым показателям отмечаются в зимний и летний сезоны.

Таким образом, комплексный индекс загрязнения воды показывает, что качество, степень загрязнения и технологические свойства воды в значительной степени подвержены сезонным колебаниям, при этом артезианская вода в целом отличается лучшими свойствами по определяемым показателям, чем водопроводная.

Представленные данные свидетельствуют об остро стоящей перед предприятием задаче эффективной очистки, обеззараживания, корректировки органолептических показателей и кондиционирования по минеральному составу воды, используемой для производства безалкогольных напитков.

Литература

1. *Технология и оборудование для обработки пищевых сред с использованием кавитационной дезинтеграции* / С.Д. Шестаков, О.Н. Красуля, В.И. Богуш, И.Ю. Потороко. – М.: Изд-во «ГИОРД», 2013. – 152 с.

2. *Хохрякова, Е.А. Водоподготовка: справочник* / Е.А. Хохрякова, Я.Е. Резник; под ред. д.т.н., действительный член Академии промышленной экологии С.Е. Беликова. – М.: Аква-Терм, 2007. – 240 с.

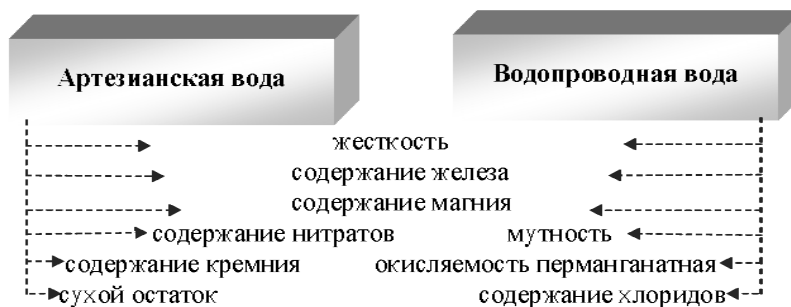


Рис. 2. Номенклатура критических показателей качества для установления степени загрязнения воды

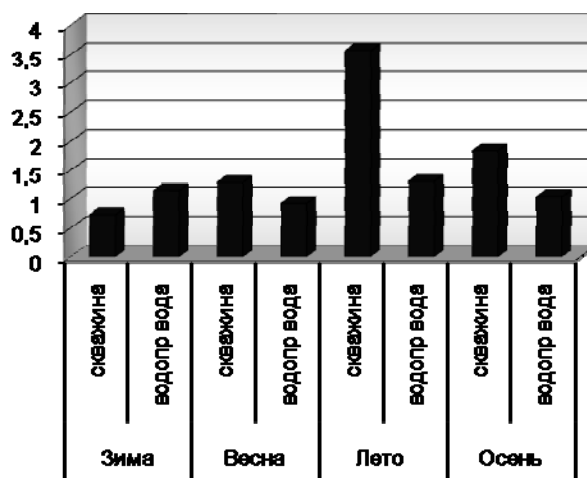


Рис. 3. Результаты расчета комплексного индекса загрязненности и технологической пригодности воды, отн. ед.

3. <http://watermap.zdorovieinfo.ru/karta-zagraznenii-pdk>
4. <http://www.su2.ru>. – Постановление от 17

сентября 2009 г. № 217-П Об областной целевой программе «Чистая вода» на территории Челябинской области на 2010–2020 годы.

Поступила в редакцию 25 января 2013 г.

Потороко Ирина Юрьевна. Доктор технических наук, доцент, зав. кафедрой «Товароведение и экспертиза потребительских товаров», зам. декана Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – использование электрофизических методов воздействия в пищевых средах. Контактный телефон: (8351) 267-92-88, e-mail: i_potoroko@mail.ru.

Irina Yurevna Potoroko. Doctor of Science (Engineering), associate professor, head of Merchandizing and Expert Examination of Consumer Goods Department, Vice-dean of Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: the use of electric and physical methods of influence in food environments. Contact phone number: (8351) 267-92-88, e-mail: i_potoroko@mail.ru.

Фаткуллин Ринат Ильгидарович. Аспирант очной формы обучения кафедры «Товароведение и экспертиза потребительских товаров», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – использование электрофизических методов воздействия в пищевых средах. Контактный телефон: (8351) 267-93-80, e-mail: 5792687@mail.ru.

Rinat Ilgidarovich Fatkullin. Full-time post-graduate student of Merchandizing and Expert Examination of Consumer Goods Department, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: the use of electric and physical methods of influence in food environments. Contact phone number: (8351) 267-93-80, e-mail: 5792687@mail.ru.

Калинина Ирина Валерьевна. Кандидат технических наук, доцент кафедры «Товароведение и экспертиза потребительских товаров», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – использование электрофизических методов воздействия в пищевых средах. Контактный телефон: (8-351) 267-93-80, e-mail: i_kalinina79@inbox.ru.

Irina Valeryevna Kalinina. Candidate of Science (Engineering), associate professor of Merchandizing and Expert Examination of Consumer Goods Department, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: the use of electric and physical methods of influence in food environments. Contact phone: (8-351) 267-93-80, e-mail: i_kalinina79@inbox.ru.

ОСОБЕННОСТИ ЭКСПЕРТНОЙ ОЦЕНКИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ, ПОЛУЧЕННЫХ НА ОСНОВЕ БИОМОДИФИКАЦИЙ

И.Ю. Потороко, И.В. Фекличева, В.В. Ботвинникова

Статья посвящена проблемам оценки пищевых продуктов, полученных с применением инновационных технологий на основе биомодификаций. Рассматриваются вопросы применимости термогравиметрических методов, как экспертных методов оценки, в условиях действующих регламентов Таможенного Союза, предполагающих необходимость оценки и идентификации товарных объектов. Акцентируется внимание на возможностях микроскопического исследования и термического разложения в сочетании с органолептическими показателями качества для целей идентификационной экспертизы.

Ключевые слова: экспертная оценка, биомодификации и биотехнологии, микроскопические исследования, термогравиметрический анализ, идентификация.

Современное представление о рациональном питании указывает на то, что пищевые продукты должны сочетать такие свойства, как высокую пищевую ценность, биодоступность и оказывать регуляторное или лечебное воздействие на организм человека. В настоящее время производство продуктов питания, сбалансированных по всем критериям, невозможно без использования биомодификаций [1]. Достижения в развитии методов биомодификации основываются на результатах прикладных исследований в области биотехнологий и микробиологии.

Заинтересованность государства в решении данного вопроса доказана введением следующих законодательных актов:

✓ Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности Российской Федерации на период до 2020 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 апреля 2012 г. № 559-р.

✓ Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 30 января 2010 г. № 120.

✓ Основы государственной политики Российской Федерации в области здорового питания населения на период до 2020 года, утвержденные распоряжением Правительства Российской Федерации от 25 октября 2010 г. № 1873-р.

✓ Приказ Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 2 августа 2010 г. № 593н «Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающим современным требованиям здорового питания».

✓ Комплекс Технических регламентов Таможенного союза (Технический регламент ТС).

Говоря о продовольственной безопасности как одной из важных составляющих в решении проблем обеспечения населения биологически

полноценными и безопасными продуктами питания, следует определить приоритетность биотехнологий, направленных на интенсификацию биопроцессов, как за счет повышения потенциала биологических агентов и их систем, так и за счет усовершенствования оборудования, применения биокатализаторов (иммобилизованных ферментов и клеток) в промышленности.

Микробиологическая промышленность в настоящее время использует тысячи штаммов различных микроорганизмов. В большинстве случаев они улучшены путем индуцированного мутагенеза и последующей селекции. Это позволяет вести широкомасштабный синтез различных веществ. Некоторые белки и вторичные метаболиты могут быть получены только путем культивирования клеток эукариот. Растительные клетки могут служить источником ряда соединений – атропин, никотин, алкалоиды, сапонины и др. Все это свидетельствует о том, что биотехнология станет источником не только новых продуктов питания, медицинских препаратов, но и получения энергии и новых химических веществ, а также организмов с заданными свойствами.

Биомодификации можно рассматривать как новое научно-практическое мировоззрение, которое поможет найти решение проблем нашего времени: продовольственной безопасности и охраны здоровья человека. Сегодня многообразные формы деятельности в области биомодификаций ведутся в различных направлениях: с/х биотехнология и микробиология; биоинженерия; биотехнология животных; биоэтика; трансплантация клеток; клонирование; реконструирование и изучение ДНК; генная картография; генная инженерия; биотехнология морских организмов; генная инженерия микробов; фармацевтическая биотехнология; биотехнология растений; протеиновая инженерия. В молекулярной биологии использование биотехнологических методов позволяет

определить структуру генома, понять механизм экспрессии генов, смоделировать клеточные мембраны с целью изучения их функций и т.д.

Основные компоненты биотехнологических систем имеют свои подсистемы и элементы, взаимосвязь которых может определяться следующей последовательностью (рис. 1).

Учитывая, что создание модифицированных технологий необходимо, прежде всего, для получения экономических и экологических выгод, их следует тщательно оценивать на основе экспертных методов на всех этапах.

4) оценки соответствия органолептических, физико-химических и гигиенических показателей специализированной пищевой продукции, диетического и лечебно-профилактического питания требованиям нормативной, технической и иной сопроводительной документации или договоров-контрактов на поставку конкретных видов продукции.

Предложенная в Техническом Регламенте ТС номенклатура показателей и методы их определения позволят, на наш взгляд, только установить параметры пригодности продукта для пищевых

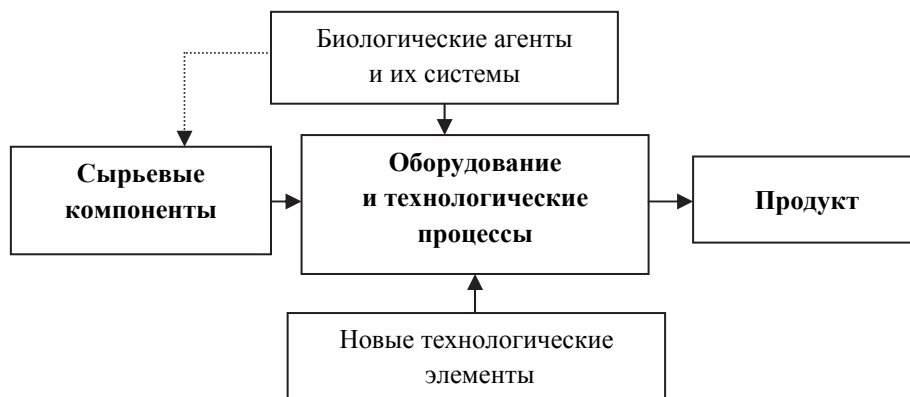


Рис. 1. Основные элементы биотехнологической системы

Вместе с тем продукты, полученные на основе применения биотехнологий, чаще всего принадлежат к специализированным пищевым продуктам, обладают диетическими и лечебно-профилактическими свойствами. В условиях действующих регламентов Таможенного Союза необходима их оценка и идентификация, а идентификационными показателями являются:

- 1) наименование изделия;
- 2) требования к упаковке;
- 3) требования к маркировке;
- 4) органолептические показатели: консистенция, вкус, запах;
- 5) гигиенические и другие показатели в соответствии с требованиями настоящего Технического регламента и нормативной документации на конкретный вид диетического (лечебного и профилактического) питания;
- 6) энергетическая ценность;
- 7) лечебные и (или) профилактические свойства.

Идентификация проводится методами:

- 1) визуального осмотра;
- 2) определения принадлежности к кодам Единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза;
- 3) оценки характерных признаков, включенных в терминологию и информацию, представленную на потребительской (групповой, транспортной) упаковке;

целей, в то время как важным является идентификация лечебных и профилактических свойств. Разработка объективных критериев такой оценки должна строиться на выявлении характеристик принадлежности продукта к совокупности специализированных.

В частности, для кисломолочных напитков, обладающих выраженными диетическими свойствами, достаточно трудно быстро установить выраженность лечебных и профилактических свойств [2]. В данном случае применимы, на наш взгляд, методы микроскопического анализа в сочетании с дифференциально-термическим анализом. Дифференциально-термический анализ позволяет установить направление и величину изменения энтальпии, связанной с особенностями структуры и влагоудерживающей способности структурных элементов кефирного грибка. Следует учитывать, что изменение энтальпии не зависит от пути процесса, определяясь только начальным и конечным состоянием системы.

Для оценки объективности названных критериев в качестве объектов исследования были определены кефирный грибок и напиток, полученный на его основе. Особый интерес представляет химическая природа кефирных грибков. Предполагают, что они представляют собой сгусток белка, удерживающий на себе микроорганизмы. Имеются сообщения о том, что грибки образуют полисахариды, существенно влияющие на конси-

стенцию кефира. Общий химический состав сухого кефирного грибка (массовая доля воды 3,5 %) таков: жир – 4,4 %, Зола – 12,1 %, гликозаминогликаны – 45,7 %, общий белок – 34,3 %, в т. ч. нерастворимого белка 27,0 %, растворимого белка 1,6 %, свободных аминокислот 5,6 %.

Микроскопические исследования кефирных зерен показали, что масса кефирного зерна, особенно в центре, состоит из переплетающихся в беспорядке нитевидных бактерий в ячейках, между которыми сосредоточено студенистое (гелеобразное) вещество (рис. 2).

При изучении макрокинетики термического разложения кефирных грибков напитков были получены кривые распределения, представленные на рис. 3 и 4.

В ходе термического воздействия кефирный грибок претерпевает значительные физико-химические изменения, в процессе которых высвобождаются вода и диоксид углерода, по количеству которых можно судить о разложении основных компонентов системы [3]. Результаты термогравиметрического исследования тепломассообменных процессов при обезвоживании кефирного грибка (КГ) представлены в виде кривых TG, DTG, DTA, которые отражают изменение массы, характеризуют скорость удаления влаги и изменение теплосодержания образца.

Как видно из рисунков, потеря массы при нагревании кефирного грибка до температуры 300 °С происходит в четыре этапа. На первом этапе до 139,1 °С потеря массы является результатом уноса воды, связанной с макромолекулами КГ, водородными связями, образец теряет около 5,7 % массы.

Собственно разложение КГ происходит при более высокой температуре. Можно выделить три температурных интервала разложения: 139...173,8 °С, 173,8...222,3 °С, 222,3...268,9 °С, которые отличаются по своим кинетическим параметрам и механизму протекающих реакций.

Первый участок линии (50...140 °С) можно отнести к превращениям, связанным с потерями воды из структуры белка, следующая часть участка (140...250 °С) – к разложению углеводов (известно, что лактоза обезвоживается при температуре 97...165 °С). Тепловой эффект при температуре 273 °С приводит к процессам окисления белка, а последующие температуры – к обугливанию компонентов. Ширина линий, обусловлена высоким содержанием белка в кефирном грибке и углеводов, соответственно, 45,7 % и 34,3 %. В противоположность этому для обезвоживания растворов аминокислот (до 5 %) кривые имеют неспецифически широкую эндотерму заканчивающуюся примерно при температуре 70 °С; затем наблюдаются меняющиеся эндотермальные пики при температурах между 70 и 170 °С.

Таким образом, кефирный грибок – это живой организм, продуцирующий многообразную микрофлору. Закономерности проявления морфологических свойств микробной системы кефирных грибков в измененных условиях дисперсной среды молока могут отражать как ее преимущества, так и недостатки. Представленные данные микроскопического и термического разложения свидетельствуют о возможности применения данных методов, в сочетании с органолептическими, для целей идентификационной экспертизы пищевых продуктов, произведенных на основе биомодификаций.

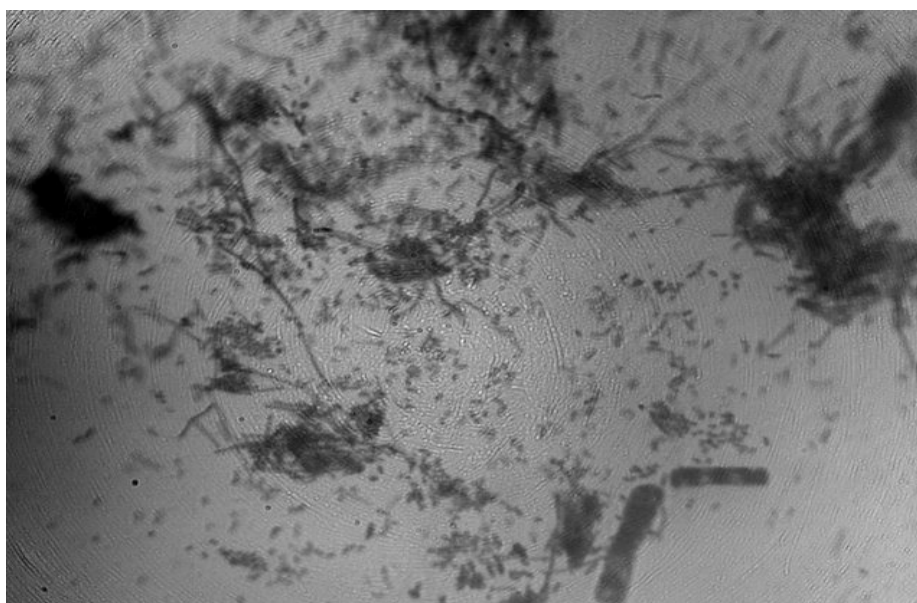


Рис. 2. Микроскопическая характеристика состава микрофлоры кефирного грибка

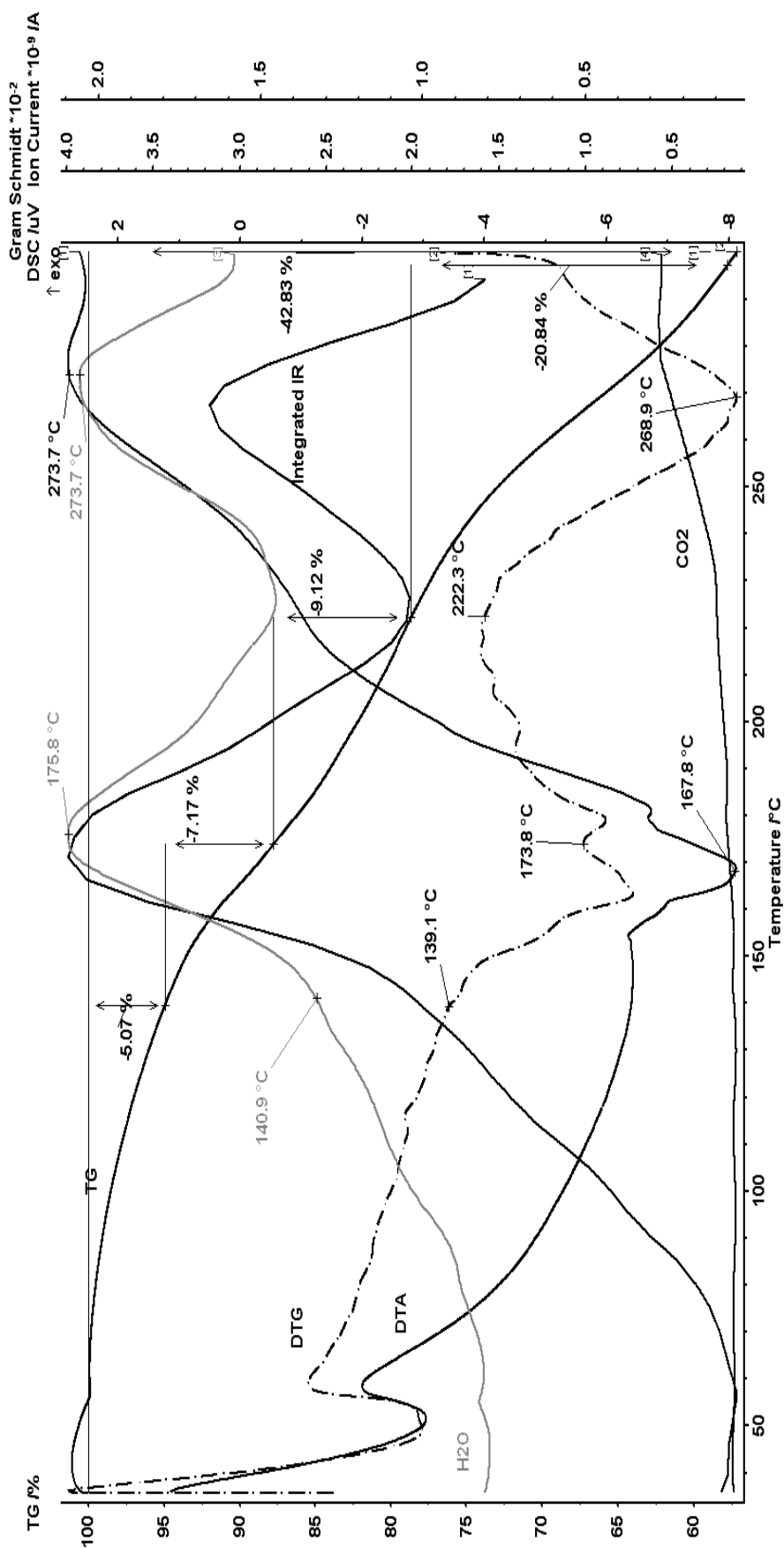


Рис. 3. Кривые распределения термогравиметрического анализа кефирного грибка

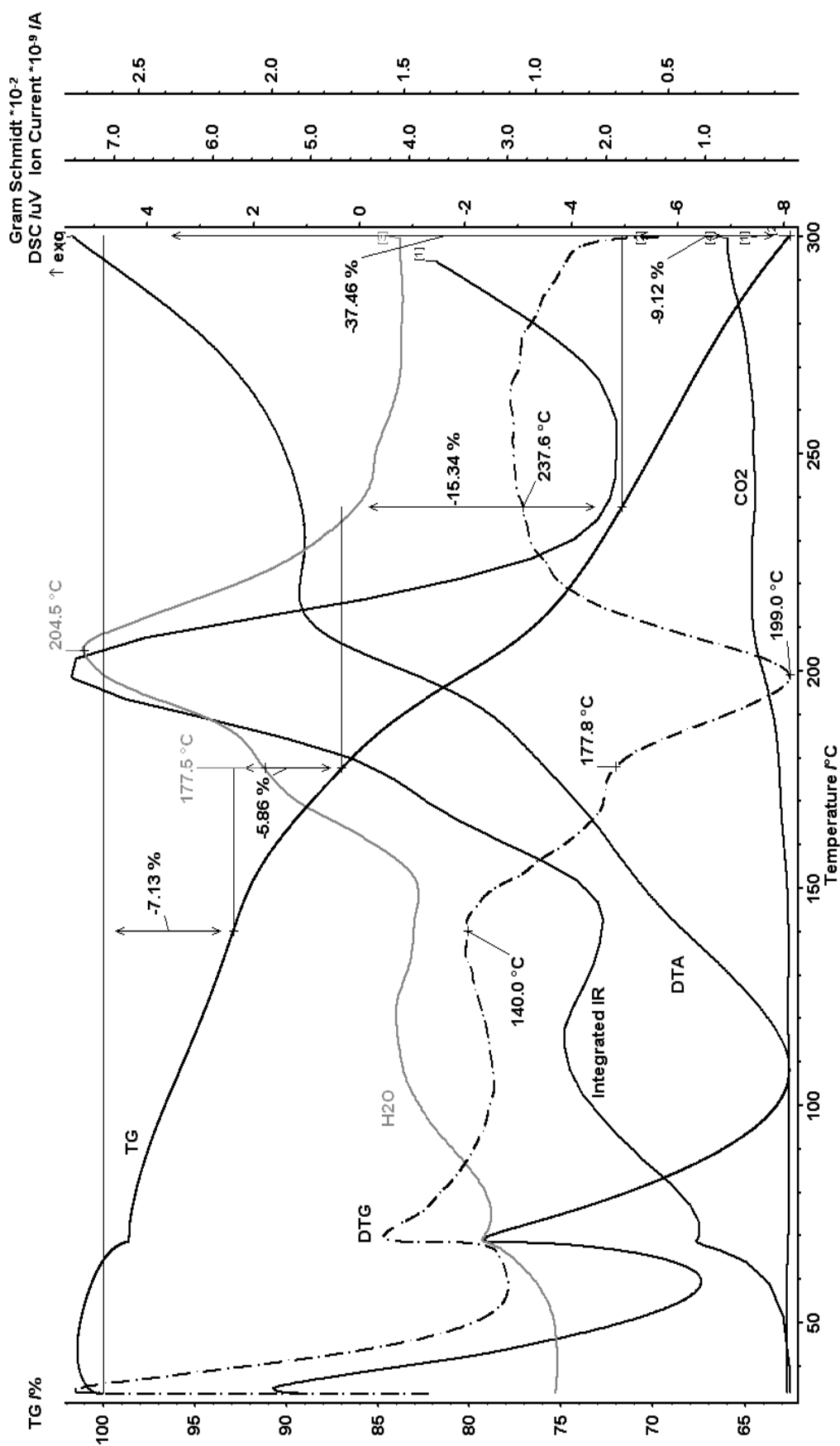


Рис. 4. Кривые распределения термогравиметрического анализа кефирного напитка

Литература

1. Мартинчик, А.Н. Микробиология, физиология питания, санитария / А.Н. Мартинчик, А.А. Королев, Ю.В. Несвижский. – М.: Академия, 2012. – 352 с.
2. Тёпел, Я.С. Химия и физика молока /

Я.С. Тёпел. – СПб.: Профессия, 2012. – 832 с.

3. Экспертиза специализированных пищевых продуктов. Качество и безопасность / Л.А. Мажурникова, В.М. Поздняковский, Б.П. Суханов, С.А. Гореликова. – СПб.: ГИОРД, 2012. – 424 с.

Поступила в редакцию 16 октября 2012 г.

Потороко Ирина Юрьевна. Доктор технических наук, доцент, зав. кафедрой «Товароведение и экспертиза потребительских товаров», зам. декана Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – использование электрофизических методов воздействия в пищевых средах. Контактный телефон: (351) 267-92-88, e-mail: i_potoroko@mail.ru.

Irina Yurevna Potoroko. Doctor of Science (Engineering), associate professor, head of Merchandizing and Expert Examination of Consumer Goods, Vice-dean of Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: use of electrical and physical methods of influence in food environments. Contact phone: (351) 267-92-88, e-mail: i_potoroko@mail.ru.

Фекличева Инна Викторовна Кандидат медицинских наук, доцент кафедры товароведения и экспертиза потребительских товаров Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный факультет (г. Челябинск). Область научных интересов – микробиология и экологические экспертизы в товароведении. Контактный телефон: (351)267 9380.

Inna Viktorovna Feklicheva. Candidate of Science (Medicine), associate professor of Merchandising and Expert Examination of Consumer Goods Department of Trade and Economic Faculty, South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: microbiology and environmental expertise in commodity science. Contact phone number: (351) 267 9380.

Ботвинникова Валентина Викторовна. Старший преподаватель кафедры товароведения и экспертиза потребительских товаров Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный факультет (г. Челябинск). Область научных интересов – управление качеством пищевых продуктов, полученных на основе инновационных технологий. Контактный телефон: (351) 267-93-80, e-mail: valens_b@mail.ru.

Valentina Viktorovna Botvinnikova. Senior lecturer of Merchandizing and Expert Examination of Consumer Goods Department, Trade and Economic Faculty, South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: quality control of food products derived on the basis of innovation technologies. Contact phone number: (351) 267-93-80, e-mail: valens_b@mail.ru.

Краткие сообщения

УДК 658.1 (470) + 338.22
ББК У9(2)09

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТЬЮ В РЕГИОНЕ

С.И. Войнова

Статья посвящена проблемам управления предпринимательской активностью в регионе. Определены понятия «предпринимательская активность» и «организационно-экономический механизм управления предпринимательской активностью в регионе»; выявлены условия заинтересованности государства в развитии предпринимательства; рассмотрен алгоритм управления предпринимательской активностью в регионе, представляющий собой совокупность элементов социально-экономической подсистемы предпринимательства по трем группам характеристик.

Ключевые слова: предпринимательская активность, управление предпринимательской активностью, взаимодействие государственных и предпринимательских структур.

Развитие предпринимательства является одним из приоритетных направлений экономического развития страны, ее регионов и муниципальных образований, а также важнейшим источником роста объемов производства и повышения уровня жизни населения. С усилением роли предпринимательства в экономической системе современной России возникает проблема оценки уровня предпринимательской деятельности на определенной территории или в рамках определенного временного периода, а также сопоставления полученных результатов исследования с целью выявления закономерностей и тенденций развития системы предпринимательства и целенаправленного государственного воздействия для повышения этого уровня в перспективе [1, 3, 8].

Для оценки предпринимательской деятельности предлагается применить некоторый экономический критерий, получивший название «предпринимательская активность», который бы отражал результат оценки уровня предпринимательской деятельности. В рамках определенного региона можно говорить о предпринимательской активности региона, которая является объектом государственного (и регионального) управления, представляющего собой некий организационно-экономический механизм.

Определим понятие организационно-экономического механизма управления предпринимательской активностью в регионе.

Организационно-экономический механизм управления предпринимательской активностью в регионе представляет собой совокупность взаимосвязанных организационных, экономических и административно-правовых методов воздействия на предпринимательскую активность региона путем выработки целей и задач регулирования пред-

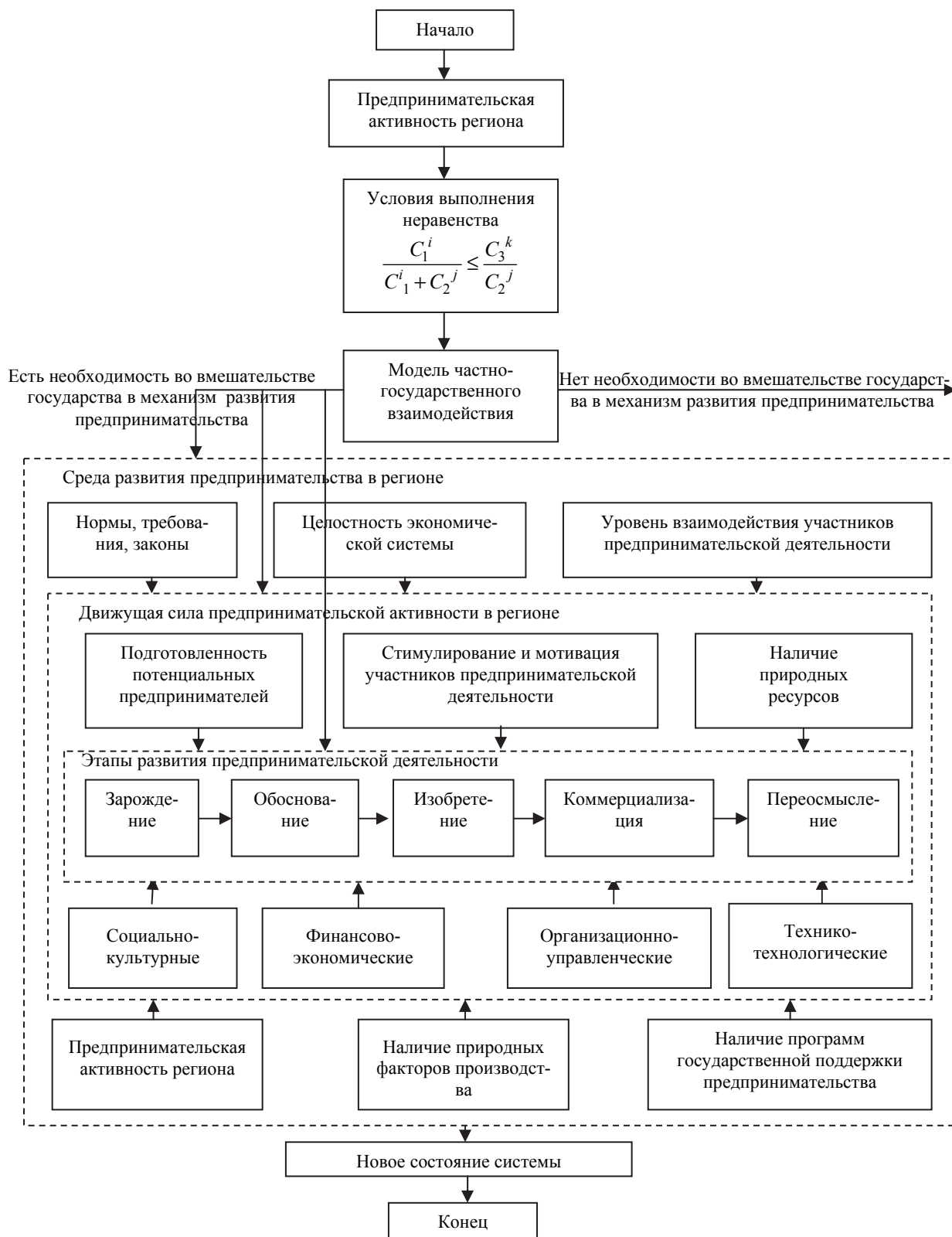
принимательского сектора, выбора системы показателей, необходимых для оценки результативности предпринимательской деятельности, прогнозирования возможных изменений системы предпринимательства в перспективе и корректировки целей и задач в зависимости от действия факторов внутренней и внешней среды, а также путем использования мер правового регулирования и законодательной поддержки предпринимательской деятельности в регионе [2, 7].

Однако при рассмотрении категории «организационно-экономический механизм управления предпринимательской активностью в регионе» особое внимание необходимо уделить условиям выполнения неравенства:

$$\frac{C_1^i}{C_1^i + C_2^i} \leq \frac{C_3^k}{C_2^i}, \quad (1)$$

где C_1^i – оборот предпринимательских организаций; C_2^i – оборот государственных организаций; C_3^k – оборот государственного сектора с дефицитом бюджета, при котором государство заинтересовано в развитии предпринимательского сектора и повышении предпринимательской активности в регионе (при невыполнении условий неравенства государство прекращает политику поддержки предпринимательства для обеспечения безопасности и недопущения подрыва авторитета власти). В соответствии с этим определяется модель частно-государственного взаимодействия, на основании которой определяется, существует ли необходимость государственного регулирования предпринимательского сектора [4].

Таким образом, при условии наличия необходимости государственного регулирования предпринимательства, учитывая тенденции его развития и



Алгоритм управления предпринимательской активностью региона

принимая во внимание особенности регионального регулирования предпринимательства с учетом потребностей заинтересованных в предпринимательстве сторон, а также предпринимательской актив-

ности региона, целесообразно сделать выводы и представить их в виде схемы. Она представляет собой совокупность элементов социально-экономической подсистемы предпринимательства,

включающую их взаимосвязи и взаимозависимости, по трем группам характеристик [5, 9].

Первоначально возникает задающий контур – среда для развития предпринимательства в регионе – это набор политических, экономических, социальных и технологических сил, которые находятся главным образом вне зоны контроля и влияния предпринимателя, и могут иметь как положительное, так и отрицательное влияние на предпринимательство в целом. То есть она определяется как внешняя среда, в которой предприятие ведет хозяйственную деятельность, и где им может быть реализована возможность получения прибыли.

Взаимодействуя в предпринимательской среде, предприятие определяет стратегическую зону хозяйствования, т. е. то пространство, в котором оно ведет хозяйственную деятельность, реализует экономические интересы и получает прибыль. Для поддержания позитивной экономической динамики предприятие стремится расширить свою стратегическую зону хозяйствования в предпринимательской среде.

Второй контур отражает движущие силы (причины возникновения) предпринимательства (экономические, социально-культурные, организационно-управленческие и др. факторы).

Третий контур – этапы жизненного цикла предпринимательской деятельности (зарождение, обоснование, изобретение, коммерциализация, переосмысление) [6].

Организационно-экономический механизм управления предпринимательской активностью региона представлен в виде алгоритма (см. рисунок).

Таким образом, в статье рассмотрена категория «организационно-экономический механизм управления предпринимательской активностью в регионе», определены его основные элементы и взаимосвязи, а также объект управления, выраженный в виде трехуровневой схемы, отражающей предпринимательскую среду в регионе, основные причины возникновения предпринимательства и этапы жизненного цикла предпринимательской деятельности.

Литература

1. Войнова, С.И. Особенности организации и развития предпринимательства: взаимодействия, структуры, активность / С.И. Войнова, В.В. Мокеев // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2012. – Вып. 21. – № 9(268). – С. 163–166.

2. Гаджибек, В.П. Организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью предприятий хлебопекарной промышленности // В.П. Гаджибек // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 3(23). – <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1587>.

3. Дмитриевских, М.В. Инновационная инфраструктура региона: сущность, состав и тенденции развития / М.В. Дмитриевских, А.А. Татьянакина, Т.А. Шиндина // Вестник СибГАУ. – 2010. – № 2(28). – С. 143–146.

4. Захарченко, А.А. Формирование и развитие системы поддержки малого предпринимательства на муниципальном уровне: автореф. дис. ... канд. экон. наук / А.А. Захарченко. – Ставрополь, 2011. – <http://www.web.stgau.ru/science/dis/avtoreferat/Zaharchenko.pdf>

5. Лясковская, Е.А. Оценка предпринимательской активности региона / Е.А. Лясковская, С.И. Войнова // Вестник Инжэкона. Серия: Экономика. – 2012. – № 1. – С. 456–459.

6. Сазонов, Д.В. Региональные потребности как основа регулирования развития предпринимательства: автореф. дис. ... канд. экон. наук / Д.В. Сазонов. – Екатеринбург, 2012.

7. Цахилова, В.Ф. Развитие организационно-экономического механизма хозяйствования промышленных предприятий: автореф. дис. ... канд. экон. наук / В.Ф. Цахилова. – Москва, 2010. – http://www.mosgu.ru/nauchnaya/publications/2010/abstracts/Tsakhilova_VF.pdf

8. Шиндина, Т.А. Влияние финансового кризиса на рынок рекламы и предпринимательство / Т.А. Шиндина, И.С. Карabanова // Вестник Университета. – 2010. – № 8. – С. 79–81.

9. Шиндина, Т.А. Методы оценки предпринимательской активности региона / Т.А. Шиндина, С.И. Войнова // Вестник Университета. – 2011. – № 7. – С. 35–38.

Поступила в редакцию 31 января 2013 г.

Войнова Светлана Игоревна. Ассистент кафедры финансового менеджмента, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – управление предпринимательской активностью, взаимодействие государственных и предпринимательских структур. Контактный телефон: 8-963-472-18-17, e-mail: voynova.si@gmail.com.

Svetlana Igorevna Voynova. An assistant of Financial Management Department, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: management of business activity, cooperation between the bodies of government and business structures. Contact phone number: 8-963-472-18-17, e-mail: voynova.si@gmail.com.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ СИНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СТОИМОСТИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА БАЗЕ КВАНТОВО-МЕХАНИЧЕСКОГО ПОДХОДА

К.Э. Габрин, А.Е. Иванов, Е.М. Матвийшина, Ю.А. Чернецова

Рассмотрено состояние основных отраслей сельского хозяйства: молочного и мясного скотоводства и зернопроизводства, и факторы, влияющие на специализацию и межотраслевые пропорции в различных природно-сельскохозяйственных зонах области. Авторы определили направление и степень варибельности экономических показателей этих отраслей в динамике с учетом зональных особенностей.

Ключевые слова: сельское хозяйство, отрасль, природно-сельскохозяйственная зона, размещение, специализация, варибельность.

Ранее [«Теория оценки синергетической стоимости деловой репутации предприятия на базе квантово-механического подхода» – статья тех же авторов в данном журнале] было показано, что оценка деловой репутации экономического субъекта должна производиться на основе анализа энергетического потенциала интеллектуального ядра предприятия как квантово-механической системы – с использованием градиента энергии, задаваемого её матрицей плотности вероятности.

Механизм «проявления» деловой репутации из квантового домена реальности можно представить себе следующим образом. Пусть предприятие Π производит некий ассортимент продукции и услуг A . Элементы институциональной среды \mathcal{E}_i предприятия весьма разнородны и их количество $\Sigma \mathcal{E}_i$ обычно велико. Все контакты Π со средой \mathcal{E}_i , а также свойства этих контактов являются проявлением событий в квантовом домене реальности, и, по существу, являются декогерированной «продукцией» эгрегора Π . Выпуск же этой продукции обусловлен реализацией воли коллективного сознания Π как внешнего «проявления» его интеллектуального капитала. Результатом единичного контакта между предприятием и элементом среды $(\Pi \leftrightarrow \mathcal{E}_i)_j$ будет вектор разности потенциалов U_j , обусловленный несовпадением градиентов энергии в этой паре. Очевидно, что практически все разности потенциалов U_j будут отличаться друг от друга, поскольку институциональная среда Π сильно неоднородна. В результате, некоторые пары $(\Pi \leftrightarrow \mathcal{E}_i)_j$ будут «притягиваться», а некоторые – «отталкиваться» друг от друга, причем все в разной степени. Притягивание в данном случае будет обозначать положительную репутацию (притягивающий образ Π в коллективном сознании \mathcal{E}_i соответствующей пары $(\Pi \leftrightarrow \mathcal{E}_i)_j$). Отталкивание же будет означать отрицательную репутацию (отталкивающий образ Π в коллективном сознании \mathcal{E}_i соответствующей пары $(\Pi \leftrightarrow \mathcal{E}_i)_j$).

Чем больше разность потенциалов U_j , тем быстрее через нее произойдет рассеивание (диссипа-

ция) энергии эгрегора Π , тем быстрее проявятся материальные признаки деградации, в частности, неизбежно ухудшатся показатели финансово-хозяйственной деятельности. Сонаправленность же градиентов, наоборот, способствует снижению скорости деструктивных процессов и росту стабильности работы Π , благодаря дружественному окружению.

Таким образом, для того, чтобы рассчитать численное значение деловой репутации, необходимо:

- 1) вычислить градиенты матриц плотности вероятностей исследуемого предприятия и интересующих нас контрагентов – субъектов оценки;
- 2) найти вектор суммы градиентов матрицы плотности вероятностей;
- 3) найти проекцию градиента матрицы плотности вероятностей предприятия на вектор суммы градиентов матрицы плотности вероятностей контрагентов;
- 4) определить знак и модуль найденного вектора.

При недостатке информации для нахождения матрицы плотности вероятностей контрагентов можно решить задачу оценки репутации методом статистических испытаний, задавшись характеристиками законов распределения случайных величин – градиентов матрицы плотности вероятностей контрагентов. Для этого необходимо представлять себе хотя бы приблизительно соотношение сил в рассматриваемом рыночном сегменте.

Стоимостная оценка деловой репутации в применяемых в настоящее время деньгах, как отмечалось ранее [1], невозможна, т. е. «превратить» проекцию вектора (E) исследуемого предприятия на линию векторной суммы градиентов оценщиков в деньги с помощью какого-то конечного алгоритма без грубых допущений не получится. Нематериальная субстанция из квантового домена реальности не подлежит прямому измерению с помощью каких-либо материальных эквивалентов. Она может быть справедливо обменена только на схо-

жий по свойствам объект, правильное всего производить обмен репутации на репутацию, однако, это пока что совершенно не исследованная область.

Важно также отметить, что «перетекания» репутации из одного места в другое не может произойти, если, например, при продаже предприятия его эгрегоральное ядро не сольется со своим аналогом у покупателя. Поэтому сделки M&A только тогда будут способны произвести синергетический эффект, когда покупатель принимает на себя весь объем вливаемого интеллектуального капитала и обеспечивает его полную приживаемость на новом месте. Речь идет о весьма тонких вещах, таких как, например, школы, преемственность, традиции, привычки, уклады, образ жизни, системы ценностей, мораль, этика, корпоративный дух и т. п. Любая замена здесь автоматически меняет матрицу плотности вероятности, и исход становится совершенно непрогнозируемым. Во всех сделках M&A происходит сильнейшая трансформация эгрегоров, и, фактически, появляется новый объект с новыми свойствами.

Разработанная методика оценки деловой репутации исключает подобную ситуацию, поскольку исследуются фундаментальные характеристики субъекта, заранее определяющие все его «проявленные» свойства и характеристики. Не следует забывать, что индустрия продаж располагает очень мощными средствами воздействия на психику потребителей. Репутация в наши дни стала объектом синтеза, ее можно искусно сформировать буквально на пустом месте, раздуть, придать глянец и очень «профессионально» оценить. Однако это будет всего лишь иллюзия, красивый и дорогой искусственный образ, не имеющий ничего общего с реальностью.

Еще одной важной отличительной особенностью методики является то, что собираемая информация не содержит ни одного вопроса, касающегося исследуемого предприятия. Это – сильнейшее преимущество перед всеми другими способами оценки репутации предприятий, имеющимися в настоящее время. Кроме того, результат оценки носит долговременный характер. Взаимодействия в квантовом домене всегда происходят раньше «проявленных» событий и обладают большей инерционностью. Изменения эгрегора не связаны со шкалой «проявленного» времени, наблюдаемого в привычной человеку реальности, поэтому получаемые оценки репутации действительны в течение достаточно длинных периодов.

Шкала репутации в энергетическом эквиваленте является нелинейной и простирается в диапазоне от $-\infty$ до $+\infty$. Нулевое значение репутации и, соответственно, ее нулевая стоимость в денежном эквиваленте соответствуют полному безразличию к объекту оценки. Такая ситуация возникает при ортогональности градиентов матриц плот-

ности вероятности независимо от их размера в рассматриваемой паре ($\Pi \leftrightarrow \Xi_i$). Максимальное значение репутации теоретически не имеет ни нижнего, ни верхнего пределов, но их все равно придется задать «волевым» способом, так как, в противном случае, нам не удастся пронормировать реальную шкалу денежной оценки. Здесь целесообразно использовать смешанную экономико-физическую модель, чтобы максимально снизить влияние субъективности отражений.

«Проявленная» микроэкономическая реальность всегда является декогерированным результатом деятельности соответствующего эгрегора, продуктом реализации его коллективно-сознательной воли. Материальным результатом этого процесса является не что иное, как имеющиеся в наличии у исследуемого предприятия активы. С их помощью осуществляется вся переработка т. н. низших энергий «проявленного» плана реальности. Это базисный энергетический уровень, осуществляющий питание первичными энергиями все вышестоящие уровни квантового домена. Без такой энергетики «низшего» уровня существование эгрегоров невозможно [2].

В современной науке соотношение скрытой и «проявленной» материи известно – 9 к 1 [4, 5].

Считая современные деньги подобием энергии, ее экономической «разновидностью» [3], и, умножая стоимость активов предприятия на 9, мы получаем верхнюю оценку «стоимости» вектора – градиента энергии матрицы плотности вероятности – S_{\max} . Этих данных достаточно для практической оценки стоимости репутации предприятий в любых одномерных денежных системах. Зная длины векторов и углы между ними в пространстве координат матрицы плотности вероятности, стоимость репутации с позиции i -го наблюдателя рассчитывается по формуле

$$S_i = S_{\max} \cos(\alpha_1), \quad \alpha_1 \in [0, 180^\circ].$$

Приведенная методика расчета деловой репутации прошла практическую апробацию на предприятиях строительного комплекса Челябинской области и показала положительные результаты. В частности, в некоторых спорных ситуациях удалось разрешить противоречие: предприятия, обладающие высокими показателями валюты баланса и финансово-хозяйственной деятельности, имеют на самом деле низкую репутацию, что доказывает вторичность традиционных экономических показателей эффективности и их полную зависимость от энергетических характеристик матрицы плотности вероятностей.

Разработанная методика оценки стоимости деловой репутации может быть использована в различных ситуациях, однако, наиболее целесообразно ее использование в различных конкурсах, тендерах, аукционах, а также процедурах кредитования. В отличие от используемых в настоящее время данная методика позволяет получить неис-

каждую оценку деловой репутации и исключить ситуации «заказных» и фиктивных оценок.

Литература

1. Габрин, К.Э. Теория и практика оценки нематериальных активов предприятий на основе анализа матрицы плотности вероятности их лидерских групп / К.Э. Габрин, Е.М. Матвийшина // *Строительный комплекс: Экономика, управление и инвестиции: сборник научных трудов.* – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2012.

2. Левашов, Н.В. Неоднородная Вселенная: научно-популярное издание / Н.В. Левашов. – Архангельск: Правда Севера, 2006.

3. Письмак, В.П. Начала отрицания экономики / В.П. Письмак. – М.: Комкнига, 2007.

4. Смольников, А.А. Тёмная материя во Вселенной / А.А. Смольников // *Природа.* – 2001. – № 7.

5. Сокальский, И. Тёмная материя / И. Сокальский // *Химия и жизнь.* – 2006. – № 11.

Поступила в редакцию 5 января 2013 г.

Габрин Константин Эдуардович. Доктор экономических наук, профессор кафедры экономики, управления и инвестиций, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – теория систем, математическое моделирование в экономике, управление развитием, градостроительство. Контактный телефон: (8-351) 267-92-80, e-mail: konsg@mail.ru.

Gabrin Konstantin Eduardovich. Doctor of Science (Economics), Professor of the Economics, Management and Investments Department at South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: system theory, mathematical modeling in economics, development control, urban planning. Contact phone number: (8-351) 267-92-80, e-mail: konsg@mail.ru.

Иванов Алексей Евгеньевич. Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, управления и инвестиций, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – экономическая синергетика. Контактный телефон: (8-351) 267-92-80, e-mail: ivanov.chel@list.ru.

Ivanov Aleksey Evgenyevich. Candidate of Science (Economics), Associate Professor at Economics, Management and Investments Department at South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: economic synergetics. Contact phone number: (8-351) 267-92-80, e-mail: ivanov.chel@list.ru.

Матвийшина Евгения Михайловна. Старший преподаватель кафедры экономики, управления и инвестиций, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – деловая репутация предприятий. Контактный телефон: (8-351) 267-92-80, e-mail: mem_03@list.ru.

Matviyshina Evgeniya Mikhaylovna. Senior lecturer at Economics, Management and Investments Department at South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: enterprise goodwill. Contact phone number: (8-351) 267-92-80, e-mail: mem_03@list.ru.

Чернецова Юлия Александровна. Аспирант кафедры экономики, управления и инвестиций, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – инновации в инвестиционно-строительной среде, деловая репутация предприятий, проблемы управления в инвестиционно-строительном комплексе. Контактный телефон: (8-351) 267-92-80, e-mail: cher_ju@mail.ru.

Tchernetsova Yuliya Aleksandrovna. Postgraduate student at Economics, Management and Investments Department at South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: innovations in investment and construction sphere, enterprise goodwill, management problems in investment and construction sector. Contact phone number: (8-351) 267-92-80, e-mail: cher_ju@mail.ru.

КРИЗИС СУЩЕСТВУЮЩЕЙ МОДЕЛИ СТРОИТЕЛЬСТВА ДОСТУПНОГО ЖИЛЬЯ В КУРГАНСКОЙ ОБЛАСТИ

К.Э. Габрин, Т.Г. Прокопчук

Рассматриваются практическое состояние и основные проблемы сферы жилищного строительства Курганской области: низкая доступность жилья для населения, нарушение процесса воспроизводства жилищного фонда. Дана критическая оценка действующему механизму повышения доступности жилья на базе коммерческой ипотеки. Приведены доказательства нереализуемости устойчивого развития жилищного строительства и решение проблемы доступности жилья при опоре исключительно на рыночные механизмы удовлетворения спроса, расширении ипотечного кредитования и использовании его в качестве основного источника финансирования нового строительства.

Ключевые слова: дефицит жилого фонда, воспроизводство, экономическая недоступность жилья, кризисная ситуация, ипотечное кредитование, стимулирование спроса, ценные бумаги, спекулятивный капитал, капитальные вложения, государственная ипотека.

Практическое состояние дел в жилищном строительстве Курганской области в настоящее время характеризуется серьёзными трудностями. Жилья не хватает физически, оно ветшает, наблюдается значительный дефицит жилого фонда и инженерной инфраструктуры.

За годы реформ произошёл резкий спад объёмов жилищного строительства. По количеству ввода жилья на душу населения в 2011 году Курганская область заняла 68 место в России среди 83 субъектов РФ. Уровень ввода жилья 1990 г. так и не был достигнут. Уже с 2010 г. в регионе вводится лишь третья часть от объёмов строительства 90-х годов. При этом количество ветхого и аварийного жилья, требующего сноса, в 7 раз превышает объёмы нового строительства. Из 908,8 тыс. чел. населения области в ветхом и аварийном жилье проживает 51,1 тыс.чел.! Доля граждан, проживающих в неблагоустроенном жилье, на 1 января 2010 года составила 55,8 %. Износ же коммунальной инфраструктуры оценивается на уровне 55–60 % [1–4]. Фактически это означает, что новое строительство не только не обеспечивает расширенного воспроизводства жилищного фонда, но и простого его обновления.

Всё это происходит на фоне снижения реальных доходов основной массы населения, его имущественной дифференциации и роста цен на жильё, что ведёт к его практической недоступности для большинства работающего населения, и, как следствие, нарушению непрерывности и целостности процесса воспроизводства жилищного фонда.

Механизмом реализации госполитики в решении жилищной проблемы на региональном уровне выступают целевые программы области «Приоритетный национальный проект «Доступное и комфортное жильё – гражданам России» в Курганской области» и «Развитие жилищного строительства в

Курганской области на 2011–2015 годы» [5]. Однако реализация этих мероприятий в 2011 г. не обеспечила ожидаемых результатов, несмотря на увеличение количества ипотечных кредитов населению в 1,2 раза. Ввод жилья за счёт всех источников финансирования составил 182,6 тыс. кв. м, вместо планируемых 320 тыс. кв. м [6].

Затянувшаяся кризисная ситуация, в результате которой проблема строительства доступного жилья обостряется, заставляет задуматься о перспективности принятого курса экономических преобразований и адекватности существующих средств реализации жилищной политики поставленным целям.

Решение задачи повышения доступности жилья для населения предусматривается, главным образом, за счёт дальнейшего развития коммерческой ипотеки, кредитования застройщиков, развития финансовых инструментов и институтов в целях привлечения инвестиций для модернизации жилищно-коммунального комплекса. Причём основной упор в этом вопросе делается на повышение возможности приобретения жилья в собственности с использованием рыночных механизмов для населения.

С нашей точки зрения, жилищная проблема гораздо шире такой постановки вопроса, и включает в себя несколько важных аспектов: физическую недоступность жилья (недостаточный объём жилья требуемого качества); экономическую недоступность жилья для большинства населения (возможность его приобретения и проживания); ограничения по коммунальной и инженерной инфраструктуре.

Поэтому, говоря о проблеме строительства доступного жилья, мы понимаем под этим кризис существующей жилищной модели и необходимость формирования новой, адекватной реально-

сти модели, обеспечивающей расширенное воспроизводство качественного комфортного жилья и инженерной инфраструктуры, а также его экономическую доступность для всех слоев населения.

Жилищная политика в РФ сегодня повсеместно реализуется на принципах доходности жилья и его самокупаемости, а основным критерием эффективности жилищной системы фактически выступает прибыль на вложенный капитал. Основным источником нового жилищного строительства стали частные инвестиции и ссудный капитал, ставший фактически механизмом порабощения населения, снижения его пассионарности. Ипотека стала рассматривается государством как единственный механизм решения жилищной проблемы. Дескать, достаточно создать эффективно работающий кредитный рынок, и важнейшая социальная проблема будет решена.

В качестве национальной ипотеки в России выступает официально принятая двухуровневая «американская модель» [7], в основу развития которой заложено рефинансирование ипотечных кредитов с последующим выпуском ипотечных ценных бумаг. Суть её в следующем.

Ипотечные банки не привлекают вклады в чистом виде, начальные операции финансируются за счет собственного капитала и срочных займов. Они выдают кредиты и обслуживают их. Затем банки перепродают портфель своих закладных крупным финансовым корпорациям, специализирующимся на выпуске и размещении высоколиквидных ценных бумаг, обеспеченных закладными. Эти корпорации продают ценные бумаги крупным вкладчикам и мелким инвесторам, желающим на этом заработать. На основе созданного пула ипотечных кредитов осуществляется структурирование новых финансовых инструментов – ценных бумаг, обеспеченных пулом закладных, что ведёт к увеличению не обеспеченного товарной массой капитала.

Любой модели ипотечного кредитования, ориентированной на получение кредитных ресурсов со свободного рынка капиталов, присущи черты кредитно-финансовых пирамид. В этой конструкции жильё становится объектом спекулятивных мотивов экономических субъектов [8].

Получается, что ипотека отражает в первую очередь интересы банковского капитала, слабо связанные с решением острых проблем жилищного строительства. Происходит смещение в целях управления: увеличение значимости целей «укрепление банковской финансовой системы», «развитие конкуренции на рынке жилья» относительно цели «доступность приобретения и проживания».

На сегодняшний день одной из основных проблем такой модели жилищного строительства, является активное стимулирование спроса без реальной возможности обеспечить достаточное предложение, что ведет к постоянному росту цен на жилую недвижимость и девальвирует все предпринимаемые меры по улучшению условий ипотеки.

Сужение механизма жилищного финансирования в регионе до ипотечного жилищного кредитования (воспользоваться которым может лишь незначительная доля домохозяйств) неспособно решить проблему кардинального обновления жилищного фонда и обеспечить население доступным качественным жильём. По официальным данным в Курганской области доля семей, имеющих возможность приобрести жильё с использованием рыночных механизмов, составляет не более 17 %.

Обеспечивать устойчивое развитие жилищной отрасли на основе спекулятивного капитала невозможно. Отрыв цен на жильё и тарифов на услуги от реальных затрат всё время растёт, несмотря на декларируемую эффективность использования рыночных инструментов [9].

По нашему мнению, уход от чисто рыночной жилищной модели неизбежен и обусловлен её несостоятельностью в решении задач, стоящих перед обществом. Условием кардинального обновления жилищного фонда являются опережающие капитальные вложения в проектирование, в создание инженерной инфраструктуры, строительство головных инженерных объектов, подготовка площадок, обеспечение строительными машинами, механизмами, материалами, квалифицированной рабочей силой. Для этого нужны долгосрочные и крупные капитальные вложения, нацеленные не на коммерческую отдачу.

Привлечение таких инвестиций в жилищный сектор по силам лишь мощным государственным структурам. Кроме того, в отличие от коммерческих структур, государство руководствуется в первую очередь долгосрочными мотивами, такими как сбережение населения, решение инфраструктурных, социальных и экологических проблем в жилищной сфере. По крайней мере, так должно быть.

Изменить сложившуюся ситуацию можно только возобновив массовое строительство на базе жилищной модели с разными формами организации инвестирования, в том числе и форм государственной ипотеки.

Литература

1. Рейтинг субъектов РФ по объемам жилищного строительства по итогам января-июня 2011 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vid1.rian.ru/ig/ratings/r_stroy.pdf (дата обращения: 03.11.2012).
2. Жилищное строительство за счет всех источников финансирования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kurganstat.gks.ru/digital/region5/DocLib/ввод_жилья.htm (дата обращения: 22.10. 2010; 03.11.2012).
3. Социально-экономическое положение Курганской области: статистический сборник / Курганстат. – 2011. – С. 41.
4. Доклад об эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ по итогам 2011 года. [Электронный ресурс]. – Ре-

Краткие сообщения

жим доступа: http://www.minregion.ru/upload/documents/2012/10/311012/311012_doklad_11.pdf (дата обращения: 5.11.2012).

5. Постановление Правительства Курганской области от 27 июня 2011 года № 312 «Об утверждении целевой программы Курганской области «Развитие жилищного строительства в Курганской области на 2011–2015 годы». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gkh.kurganobl.ru/assets/files/zko/pp_2011-06-27_312.pdf (дата обращения: 10.12.2011).

6. Информация о реализации в 2011 году целевых программ Курганской области, курируемых Департаментом экономического развития, торговли и труда Курганской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.economic.kurganobl.ru/assets/files/investment/zp/inf_realiz_zp_2011_v2.pdf

7. Логинов, М.П. Модели ипотечного кредитования / М.П. Логинов // *Маркетинг*. – 2003. – № 2. – С. 95–98.

8. Топровер, И.В. Модели кредитно-финансовых пирамид / И.В. Топровер [Электронный ресурс] // *Проблемы современной экономики*. Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2008. – № 1(25). – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1844> (дата обращения: 03.10.2012).

9. Татаркин, А.И. Глобальные экономические риски как институциональная основа системного развития Российской экономики / А.И. Татаркин, Д.А. Татаркин // *Природа и особенности международного экономического кризиса: сб. научных трудов / Всероссийская научно-практическая конференция (заочная)*. – Курган: Курганский филиал ИЭ УрО РАН, 2009. – С. 4–5.

Поступила в редакцию 5 января 2013 г.

Габрин Константин Эдуардович. Доктор экономических наук, профессор кафедры экономики, управления и инвестиций, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – теория систем, математическое моделирование в экономике, управление развитием, градостроительство. Контактный телефон: (8-351) 267-92-80, e-mail: konsg@mail.ru.

Gabrin Konstantin Eduardovich. Doctor of Science (Economics), Professor of the Economics, Management and Investments Department at South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: system theory, mathematical modeling in economics, development control, urban planning. Contact phone number: (8-351) 267-92-80, e-mail: konsg@mail.ru.

Прокопчук Татьяна Григорьевна. Старший преподаватель кафедры архитектуры и графики, Курганская государственная сельскохозяйственная академия имени Т.С. Мальцева (г. Курган). Область научных интересов – экономика, государственное регулирование и инвестиционная политика в сфере жилищного строительства, экономические проблемы воспроизводства жилищного фонда. Контактная информация: 8-912-97-27-726. prokopchuktanya@mail.ru.

Prokopchuk Tatyana Grigoryevna. Senior lecturer of Architecture and Graphics Department of Kurgan State Agricultural Academy named after T.S. Maltsev (Kurgan). Research interests: economy, state regulation and investment policy in housing area, economic problems of housing stock reproduction. Contact phone number: 8-912-97-27-726. E-mail: prokopchuktanya@mail.ru.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОТРАСЛЕЙ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

П.Э. Драчук

Рассмотрено состояние основных отраслей сельского хозяйства: молочного и мясного скотоводства и зернопроизводства, и факторы, влияющие на специализацию и межотраслевые пропорции в различных природно-сельскохозяйственных зонах области. Автор определил направление и степень вариабельности экономических показателей этих отраслей в динамике с учетом зональных особенностей.

Ключевые слова: сельское хозяйство, отрасль, природно-сельскохозяйственная зона, размещение, специализация, вариабельность.

Размещение отраслей сельского хозяйства Челябинской области определяется климатическими условиями зон области – северной лесостепной, южной лесостепной, степной и горно-лесной. Рассмотрены три наиболее массовые и социально значимые отрасли – молочное и мясное скотоводство и связанная с ними зерновая отрасль. В ранее опубликованных результатах исследований [1] нами было показано, что состояние большинства отраслей детерминировано климатическими и экономическими условиями, характерными для данной природно-сельскохозяйственной зоны. Исключение – мясное скотоводство, в котором большинство районов имеют низкие показатели эффективности, и только один район (Красноармейский) имеет эффективное мясное скотоводство за счет применения промышленной технологии откорма в ОАО «Дубровский».

На динамику показателей отраслей за 2004–2011 годы повлияла реализация национального проекта «Развитие АПК» 2006–2007 гг. и Государственной программы развития сельского хозяйства на 2008–2012 гг., в которых реализованы льготное кредитование животноводческих хозяйств на покупку племенного скота, машин и оборудования, прямое дотирование производителей реализованного молока. Однако эффективность этих мер оказалась существенно ниже прогнозируемой. Негативными факторами явились засуха 2009 и 2010 гг. и экономический кризис 2008–2009 гг.

Рассматривая отраслевую и зональную структуру (графически они представлены на рисунке), можно сделать следующие выводы.

В степной зоне с засушливым климатом, удаленностью от мегаполисов, дефицитом рабочей силы, зерновая отрасль, как наименее ресурсоёмкая, имеет наибольший удельный вес; в южной лесостепи преобладание зерновой отрасли менее значительно; в северной лесостепи с умеренно влажным климатом и близостью крупных городов преобладает молочное скотоводство, а зерновая отрасль имеет наименьший удельный вес. Доля мясного скотоводства выше в северной лесостепи, чем в других зонах.

Наибольшей вариабельностью, судя по значениям коэффициента вариации, по показателям (объему производства, выручке от реализации, прибыли/убытку, цене реализации) отличается степная зона (см. таблицу), что можно объяснить сильным влиянием засух 2009 и 2010 годов на ведущую отрасль – производство зерна; в результате даже зафиксировано снижение доли зерновой отрасли в производственной структуре. Большая вариабельность зерновой отрасли косвенно указывает на более сильное влияние неблагоприятных погодных условий на эту отрасль, чем на производство молока и приростов крупного рогатого скота.

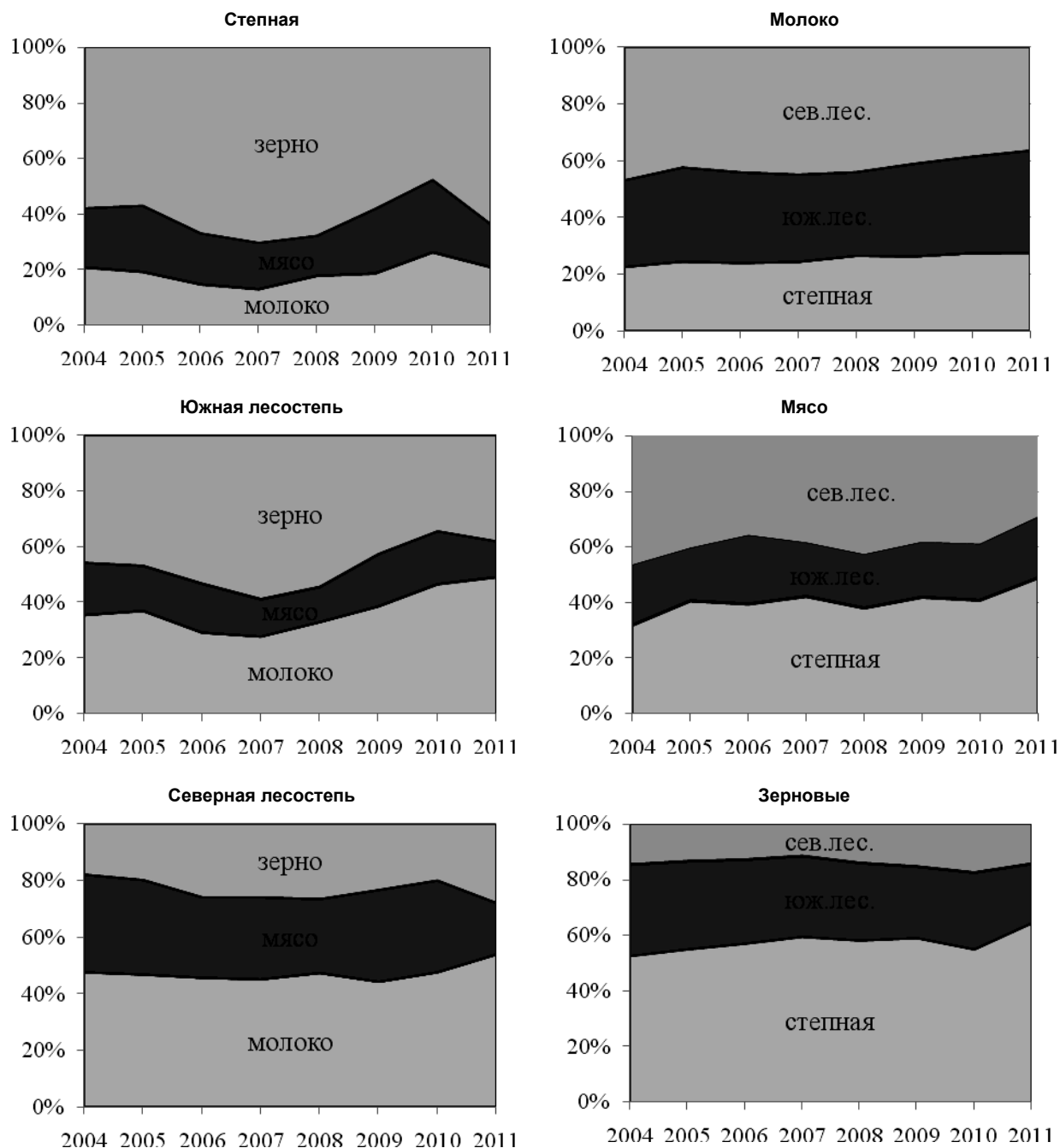
Зависимость зернопроизводства от факторов внешней среды достаточно сложная. При благоприятных погодных условиях с высоким урожаем из почвы отчуждается больше питательных веществ, чем при менее благоприятных. Это вызывает дефицит элементов минерального питания, что ведёт к снижению урожая следующего года. Напротив, в неблагоприятные годы имеет место недоиспользование растениями минерального питания. В результате эффективное плодородие почвы возрастает, и это вызывает повышение урожая следующего года. Это так называемый «эффект пилы», который накладывается на влияние других внешних факторов [2].

Сравнительно высокую вариабельность цены реализации продукции в степной зоне можно объяснить зависимостью показателей реализации от цен, диктуемых посредниками, что связано с большой удаленностью производств от мегаполисов как главных потребителей.

Низкие значения коэффициентов вариации по прибыли/убытку мясного скотоводства объясняются тем, что оно убыточно и слабо развито, за исключением отдельных крупных специализированных хозяйств (ОАО «Дубровский», «Ариант»).

Сравнивая по степени вариации отрасли, можно сделать вывод, что наименее стабильна зерновая отрасль, в большей степени – молочное скотоводство. Слабая вариабельность мясного скотоводства связана с отсутствием динамики рос-

Краткие сообщения



Структура сельского хозяйства Челябинской области в 2004–2011 гг. (слева – отраслевая, справа – зональная), по доле вклада в совокупный результат по выручке

та. Но молочное скотоводство частично компенсирует убытки зерновой отрасли в засушливые годы, когда зерно приходится убирать на сенаж и поддерживать кормовую базу скотоводства.

Влияние кризиса 2008–2009 гг. сопровождалось существенными колебаниями цен реализации, что не могло не повлиять на более высокую вариабельность всех отраслей по прибыли/убытку и по выручке в сравнении с производством продукции.

Выравнивание рядов динамики путём аналитического сглаживания позволило установить, что

в зерновой отрасли, достигшей к 2007–2008 гг. наилучшего состояния, наметился спад в 2009–2010 гг. в связи с засухой, сменившийся ростом в 2011 году. Особенно это заметно в степной зоне.

В молочном скотоводстве, претерпевшем спад в 2009 г., наметился рост в 2010–2011 гг. Это закономерно при стабильном размере поголовья и при растущей продуктивности молока в последние годы.

Для многих показателей развития отраслей характерен слом тенденции, т. е. смена роста показателей их падением в определенный период времени.

Это связано с тем, что меры, предусмотренные Государственной программой 2008–2012 гг., сменились проявлением кризиса 2008–2009 гг. Засуха 2009 и 2010 гг. усилила негативные последствия, отразившиеся на урожайности зерновых и кормовых культур, состоянии пастбищ и сенокосов.

Коэффициенты вариации основных показателей эффективности производства и реализации продукции по зонам Челябинской области в 2004–2011 гг., %

Зона/Отрасль	Молоко	Мясо КРС	Зерно
По объему производства			
Северная лесостепная	13,7	30,0	25,3
Южная лесостепная	5,0	22,8	34,1
Степная	7,4	17,7	34,8
По выручке от реализации			
Северная лесостепная	23,4	23,8	31,9
Южная лесостепная	32,2	20,3	32,8
Степная	34,7	25,6	38,4
По прибыли/убытку			
Северная лесостепная	81,0	36,4	152,0
Южная лесостепная	105,6	23,9	144,6
Степная	190,1	42,5	127,2
По цене реализации			
Северная лесостепная	30,4	29,7	33,3
Южная лесостепная	31,1	35,2	23,2
Степная	31,2	37,7	26,9

Таким образом, при различной направленности влияния внешних факторов актуальной остается проблема устойчивости производства в указанных отраслях. Это может быть обеспечено следующими мерами.

1. В зерновой отрасли повышение эффективности может быть достигнуто экстенсивным путем (превращением заброшенных земель в пашню). Это расширит площадь под пшеницу и увеличит производство дешевых кормов, что содействует росту производства молока и мяса. В степной зоне эффективной является также диверсификация структуры посевов.

2. В молочном скотоводстве перспективным является интенсивный путь развития. Концентрация крупных стад в небольшом числе хозяйств, особенно вблизи мегаполисов, повышает технологическую и экономическую эффективность производства молока.

3. В мясном скотоводстве концентрация стад эффективна только при использовании промышленных технологий (подобно ОАО «Дубровский»). В остальных хозяйствах эффективность может быть достигнута путем использования ресурсосберегающих технологий (предпочтение по затратам отдается кормлению скота при более дешевом беспривязном содержании).

Литература

1. Фрумин, И.Л. Скотоводство Челябинской области: проблемы и перспективы / И.Л. Фрумин, М.Н. Степанова, П.Э. Драчук // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2008. – № 3. – С. 33–35.

2. Елисеева, И.И. Общая теория статистики / И.И. Елисеева, М.М. Юзбашев. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 480 с.

Поступила в редакцию 10 января 2013 г.

Драчук Павел Эвальдович. Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и организации сельскохозяйственного производства, Челябинская агроинженерная академия. Область научных интересов – экономика и организация сельскохозяйственного производства, региональная экономика. Контактный телефон 89058374640, e-mail: ehvd@yandex.ru.

Pavel Evaldovich Drachuk is Cand.Sc.(Economics), Associate Professor of Economics and Agricultural Production Organization Department of the Chelyabinsk State Agricultural Engineering Academy. Research interests: agricultural economics, regional economics. Contact phone number: 89058374640. E-mail: ehvd@yandex.ru.

РОЛЬ ПРОЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ ДЛЯ УТОЧНЕНИЯ ИМИДЖЕВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ТОРГОВОЙ МАРКИ В БРЕНДИНГЕ

Д.С. Скарнев, А.Б. Череднякова

Рассмотрена специфика и роль проективных методов в брендинговой политике компании. Освещены вопросы качества применения проективных методов для уточнения имиджевых характеристик торговой марки. Затрагиваются темы психологического состояния потребителя в момент контакта с образом торговой марки. В статье обоснована необходимость применения проективных методов, по результатам которых отслеживается эмоциональное отношение к торговой марке, грамотность коммуникаций, образов торговой марки и степень их воздействия на имидж бренда.

Ключевые слова: проективные методы, брендинг, имидж, торговая марка, тестирования, исследования, ассоциации.

Экономические преобразования в России, которые начались в конце двадцатого столетия, дали возможность многим участникам зарубежного рынка присутствовать на отечественном российском рынке, что привело к интенсивному развитию рынков большинства товаров и услуг. Продукты зарубежного производства стали причиной жесточайшей конкурентной борьбы. Новые возможности реализации потребностей привели к изощренным предложениям рынка и колоссальному выбору. Избирательное поведение стало защитным механизмом в ответ на такое обилие. Потребитель выбирает небольшое количество постоянных марок, из которых производит выбор. Крупные производители, компании более мелкого масштаба, государственные предприятия и учреждения осознали, что в потоке однотипных товаров и услуг потребитель замечает и предпочитает те, которые сумели выделиться на фоне остальных, то есть товар или услугу, которые заняли определенное место в его сознании.

Конкурентная борьба, стремление занять выгодное положение требуют направить свои усилия на дифференцирование предложений. Данная ситуация привнесла на отечественный рынок новую идею имиджа торговой марки, бренда, которая привела к распространению концепции позиционирования, в основе которой лежит разработка и создание имиджа товара. Основано это на том, чтобы товар занял в сознании покупателя достойное место, отличающееся от положения товаров-конкурентов. За место в сознании потребителя сегодня борются даже не относящиеся к одной отрасли компании.

Длительное время для исследования восприятия потребителей использовались различные методы: фокус-группа, глубинное интервью и др. На основании полученных результатов строились бизнес-планы, рекламные материалы. Как отмеча-

ется в некоторых исследованиях, полученные данные не всегда соответствуют истине, «так как участники исследования воспроизводили свои мысли в такой степени истины, которая была выгодна именно им» [3]. Перед психологами встала задача, которая требовала понять истинное мнение потребителя.

В исследованиях потребительского восприятия основная роль принадлежит качественным методам, которые используются для выявления глубинных причин потребительского восприятия, приводящего к определенному поведению. Качественные методы способны исследовать и раскрыть субъективные причины поведения человека, которые часто достаточно трудно понять. И в данной ситуации на помощь бренд-менеджеру, маркетологу, проводящему исследование, приходят проективные методы и составляющие его проективные методики.

Проективный метод – один из методов исследования личности, основанный на выявлении проекций в данных эксперимента с последующей интерпретацией [5]. «Проективный метод характеризуется созданием экспериментальной ситуации, допускающей множественность возможных интерпретаций при восприятии ее испытуемыми. За каждой такой интерпретацией вырисовывается уникальная система личностных смыслов и особенностей когнитивного стиля субъекта» [4]. Проективные методы применяются в исследованиях рынка, так как производителям, брендинговым, рекламным, коммуникационным агентствам, в целом, важно понять почему потребители предпочитают данный бренд и игнорируют другой, почему они покупают товары в определенном месте, что оказывает влияние на их решение о покупке, какой имидж марки сложился в глазах потребителей, какие моменты в коммуникационных контактах (рекламе, ВТЛ-акциях) оказали влияние на

желание приобрести товар, кто может стать наиболее типичным героем рекламы, почему торговая марка или компания ассоциируются с определенными образами [3].

Однако не стоит забывать о том, что проективные методы, в первую очередь, призваны изучить саму личность, а не ее отношение к чему или кому-либо. Каждое действие, любое эмоциональное проявление индивида, его восприятия, чувства, высказывания, движения несут на себе отпечаток личности [2]. Процесс интерпретации изображений, наделение их смыслом насыщен проекциями на свои внутренние установки, стремления и ожидания. Проективные методики дают возможность обойти психологическую защиту, глубже заглянуть в наиболее эмоциональные и наиболее закрытые области психики. Психологическая защита – специальная регулятивная система стабилизации личности, направленная на устранение или сведение до минимума чувства тревоги, связанного с осознанием конфликта. Функцией психологической защиты является «ограждение» сферы сознания от негативных, травмирующих личность переживаний [2]. Следовательно, можно узнать состояние личности, чувства в момент анализа заданной ей информации. Большая часть источников утверждает о том, что в ходе проведения качественных маркетинговых исследований с применением проективных методов изучается именно отношение потребителей к исследуемому предмету. Тем не менее, то эмоциональное состояние, которое опрашиваемый испытывает, видя тестируемый материал, может давать повод считать, что это состояние обеспечено именно благодаря заданным вопросам, изображениям и т. п.

Значительным плюсом проективных методик является возможность выяснить истинное мнение потребителя на «закрытые» темы: интимные проблемы, здоровье, собственная мотивация. Потребители не всегда в состоянии правдиво отвечать на прямые вопросы. Во многом это связано с нежеланием нанести обиду модератору или представителю другой культуры. И отрицательное отношение также лишает возможности заполучить объективную информацию.

Большая часть проективных методов несет окраску развлекательности, преподносятся оригинальные и неожиданные стимулы или задания. Они вносят в групповую дискуссию или интервью элемент игры, которая легко воспринимается и принимается респондентами [4]. Существуют различные классификации проективных методик. Остановимся на классификации, принятой в маркетинговой практике (однако сразу бы хотелось отметить, что эти классификации весьма условны). По данной классификации проективные методики делятся на: ассоциативные (association), на завершение задания (completion), конструирующие (construction), экспрессивные (expressive). Не ставя цели расписывать каждый метод в отдельности,

рассмотрим значимость проективных методов для таких характеристик бренда, как личность, имидж, позиционирование. На необходимость применения проективных методов в брендинговой политике указывает тот факт, что сегодня для определения места товара в ряду конкурентов уже не достаточно только знания объемов продаж, необходимо понимать, какое место занимает бренд в сознании потребителей и каковы причины позиционирования. В таком контексте этот термин обозначает для маркетологов, бренд-менеджеров процесс подчеркивания ценностных, идентификационных, личностных атрибутов бренда в свете конкуренции. Оценивая позиционирование конкретного продукта, они имеют дело с его принадлежностью к определенной товарной сфере и специфическими отличиями бренда от аналогичных, существующих в сознании потребителей наравне или в приоритете по отношению к остальным [3]. Выбор тех или иных проективных техник, особенности анализа данных зависят от конкретных задач, стоящих перед исследователем. Идет ли речь о создании нового бренда или об изменении его позиций в конкурентной среде, ребрендинге, рестайлинге? Меняется ли целевая группа его потребителей или условия использования? Создается ли новая концепция продвижения коммуникационной политики в целом для уже существующего бренда? Для ответа на эти вопросы могут быть использованы схожие проективные методики, но акценты в них будут расставлены по-разному.

Выясняя отношение респондентов к объектам проекций, важно понять, какие чувства, эмоции они при этом испытывают, например, к персиковому вкусу, кожаной мебели, меховым изделиям и пр. Какое значение или ценность имеют для них эти предметы. Личность бренда исследуется посредством проективной техники: персонификации, антропоморфизмов, когда бренд «воплощается» в воображаемую личность, животное, стихию, растение и т. д. Персонификация может быть расширена на профессию, знакомых, образ жизни, личные тайны. Можно исследовать личность бренда, персонифицируя его с любимой книгой, фильмом, музыкальным произведением и произведением художественного творчества. Сразу после выполнения проекций необходимо выяснить характеристики избранного респондентом объекта. Для исследования имиджа торговой марки, ее образной системы лучше всего подходит метод «проективных картинок» и «коллаж». Используемые материалы должны пробуждать воспоминания о характеристиках бренда, о том, как и когда он используется, об облике пользователя и его стиле жизни, о культурной среде, соответствующей товарной категории [3]. После завершения работы очень важно, чтобы респонденты объяснили смысл того, что они сделали. Таким образом, методики, работающие с проективными изображениями, выступают требованием для вербализации чувств и ощущений, вызываемых брендом.

Только в этом случае можно понять, что для них значит изображение, набор иллюстраций, прочие материалы методик, требующих воображения, фантазии и вариативности мышления респондента. Для выяснения позиционирования торговой марки целесообразно использовать целый арсенал проективных методов, связанных с эмоциональной потребностью потребителя, удовлетворением этой потребности и т. п. [4].

Проективные методы универсальны для проведения таких промежуточных исследований, как мониторинг потребительского восприятия торговой марки. Стоит упомянуть, что чаще всего проективные методы проводят в рамках предтестирования (предварительных качественных исследований) для грамотного внедрения товаров, компаний на рынок. Проективные методы, как периодические тестирования, необходимы для выстраивания взаимоотношений как с новыми потребителями, так и для поддержания связи с лояльными потребителями. В последнем случае они применяются именно для уточнения (выявления соответствий) имиджевых характеристик торговой марки (бренда) и соответствия прочтения концепции бренда потребителем, заданного самим производителем. К тому же заданность концепции должна соответствовать как философии бренда, специфики деятельности компании, так и потребностям и психологии целевой аудитории бренда. Проективные методы в этом случае отслеживают и эмоциональное отношение к торговой марке, и грамотность коммуникаций, образы, которые в них заложены. Данные методы обосновывают эффект присутст-

вия, он важен для лояльных потребителей, которые благодаря этому видят перспективу развития бренда, а сам бренд (торговая марка) отслеживает процент потребления данной торговой марки именно своей целевой аудиторией, чтобы сам бренд и границы его образа не размывались [1].

Применение проективных методов для исследования имиджевых характеристик торговой марки показывает, что они дают значительный практический эффект. Они меньше подвержены риску «придуманных» ответов респондентов, исключают рациональный анализ, заслоняющий мотивы предпочтений, и открывают истинные причины позиционирования брендов, имиджевые характеристики торговой марки в сознании потребителей [4].

Литература

1. Аакер, Д.А. *Создание сильных брендов* / Д.А. Аакер. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. – 453 с.
2. Бурлачук, Л.Ф. *Исследование личности в клинической психологии* / Л.Ф. Бурлачук. – Киев: Вища школа, 1979 – 386 с.
3. Громова, Е. *Проективные методики и позиционирование бренда [Электронный ресурс]* / Е. Громова. – Режим доступа: <http://www.antema.ru/>.
4. Гурджи, И. *Проективный метод исследования* / И. Гурджи // *Практический маркетинг*. – 2000. – № 1. – С. 22–27.
5. Мецзяков, Б.Г. *Большой психологический словарь* / Б.Г. Мецзяков, В.П. Зинченко. – М.: Прайм-Еврознак, 2005 – 500 с.

Поступила в редакцию 10 января 2013 г.

Скнарев Дмитрий Сергеевич. Кандидат филологических наук, доцент кафедры «Маркетинговые коммуникации» Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – рекламная фразеология, рекламный образ в системе маркетинговых коммуникаций. Контактный телефон: (8-919) 311-33-31, e-mail: sknar@list.ru.

Dmitry Sergeevich Sknaryov. Candidate of Science (Philology), associate professor of Marketing Communications Department, Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: advertising phraseology, an advertisement in the system of marketing communications Contact phone number: (8-919) 311-33-31, e-mail: sknar@list.ru.

Череднякова Анна Борисовна. Кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Маркетинговые коммуникации» Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – современные методы продвижения торговых марок, имиджелогия. Контактный телефон: (8-351)900-17-17, e-mail: surguchanka@mail.ru.

Anna Borisovna Cherednyakova. Candidate of Science (Pedagogy), associate professor of Marketing Communications Department, Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: modern methods of branding, imageology. Phone: (8-351) 900-17-17, e-mail: surguchanka@mail.ru.

Abstracts and keywords

Pomazanov M.V., Glushkova A.A. Impact of portfolio temporary structure on commercial banks minimum economic capital requirements and borrower default probability

The article is devoted to the problems of determination of economic capital adequate value necessary for building up reserves in the banking sector. There are studied the principal models (Vasicek) and approaches, which underlay in Basel 2 of maturity adjustment formula. In the article the authors treat critically the problem of credit risk undervaluation for highly rated borrowers.

Keywords: minimum capital requirements, Basel 2, credit risk, maturity, Vasicek model, loan temporary structure, default probability indicator.

Kolmakova E.M. The development of social and labor sphere as a factor in the formation of innovative economy in the region.

The article deals with the problems of social and labor sphere in the region during the transition to an innovative type of economic growth. The concept of regional social and labor spheres is given, their structure is shown. Basic elements of the author's methodology for the development of social and labor sphere in the region during the transition to an innovative economy are considered.

Keywords: labor, social and labor sphere, innovative economy, regional social and labor sphere, development strategy for social and labor sphere.

Gabrin K.E., Ivanov A.E., Matviyshina E.M., Tchernetsova Y.A. Quantum mechanical approach as a tool for estimation theory for synergetic enterprise goodwill value.

The article is devoted to the theoretical basis description of enterprise goodwill evaluation and estimation based upon quantum mechanical approach.

Keywords: quantum mechanics, goodwill, intangible assets, probability density matrix, egregor, energy gradient, the quantum domain, valuation, energy potential, social module, enterprise.

Khodorovsky M.Y., Domnikov A.Y., Chebotareva G.S. New directions in technique of credit risk assessment at project financing.

The article considers the technique of credit risk assessment. On the basis of simulation calculations the development of directions to reduce risk and choose the best option for financing of a project by a commercial bank is given.

Keywords: project financing, risk assessment, overall risk, financial and economic position, business plan, comparative analysis, financial and economic method, commercial bank.

Shindina T.A. Theoretical approach to the identification, analysis and evaluation of the development of economic relations on the basis of entropy studies of interactions in the construction sector.

An important task of the present stage of development of the theory of economic relations estimation in the construction sector is to enhance the evaluation mechanisms of intercompany relations. The solution of this problem is based on the entropy theory of economic relations estimation in the construction.

Keywords: intercompany relations, the entropy of contractual links, construction sector, economic relations.

Bazhanova M.I. Evaluation of the effectiveness of the actions taken for innovative integrated industrial structure development.

The article is devoted to the evaluation of the effectiveness of the actions taken for innovative development of the industrial integrated structure. The existing approaches to the quantitative evaluation of

Abstracts and keywords

effectiveness of the actions taken for innovative development of business entities are studied. The advantages and disadvantages of the approaches under consideration are analyzed. The methodological approach to the evaluation of the effectiveness of the actions taken for innovative development of industrial integrated structure taking into account the impact of business entity in the environment under the influence of ongoing activities program of innovation development in the various fields by the functional lines is given.

Keywords: industrial integrated structure, innovative development, innovation development program, the effectiveness in the external environment, internal environment, innovation potential, forecasting of external efficiency, integral estimation.

Elokhova I.V., Nazarova L.A. Conceptual approach to the definition of the notion of intangible result of innovation activity of an enterprise.

Innovation activity plays an important role in the development of any modern enterprise. The authors give a definition of the result of innovation activity through the analysis of the notion of innovation activity itself, revealing its main features and basic concepts, which characterize and define internal relations. This analysis allows the authors to formulate the concept of «the result of innovation activity» and distinguish such economic category as «intangible result of innovation activity».

Keywords: innovation activity, the results of innovations, innovation process, innovations, technologies, intangible assets, intellectual capital.

Krutik A.B., Ilyina L.V. Commercialization as a way to implement innovations.

The article considers the problem of interaction of entrepreneurial and scientific communities for implementation of innovations and their realization in the market; the problem solution through the creation of professional service companies of the venture market of the Russian Federation is given; the model of communication of the scientist and the businessman is described through service companies.

Keywords: innovations, innovative development, commercialization, entrepreneurial community, venture market.

Kuvshinov M.S. Innovative tools for the forecast of an estimation of enterprise financial condition (part 2).

The article continues previous publication and is devoted to the problem of a choice and realization of tools for the forecast of estimation of enterprise financial condition. The technique for realization of the sheets of electronic book is described, which makes it possible to create the basis for calculation of economic parameters for the subsequent calculation of a rating estimation of investment climate of the enterprises. The examples of realization of innovative tools are given.

Keywords: enterprise, financial condition, forecast, estimation, innovative tools.

Podpyatnikova K.V., Savelyeva I.P. Assessment and analysis of the investment climate and innovation activity in view of the federal districts.

The article is devoted to the assessment and analysis of the investment climate and innovative activity of the regions of the Russian Federation. The concept of economic appeal of the region is introduced. The authors show the method of calculation of economic appeal coefficient of the region.

Keywords: investment climate, innovative activity, economic appeal

Levkutnaya T.V. Ensuring continuity of the activity of public catering enterprises: accounting aspects.

The article is devoted to the implementation of the first principle of public catering enterprises, as well as any other, which is the principle of continuity. Factors affecting continuity are considered. The analysis of existing legal and normative documents concerning the uncertainty principle is made. For the enterprise activity to be continuous, a complex of reserves is created. Various approaches to the con-

cepts of «reservation», «reserve system», «reserve» are considered. Stages of creation of reserves for enterprises are given.

Keywords: public catering enterprises, continuity principle, reserves.

Chernenko A.F., Afonina O.A. Features and problems of expenditure accounting and estimation at enterprises of a defense industrial system.

The features of expenditure accounting and estimation at enterprises of a defense industrial system are considered. The explanation of necessity of perfection of a method of return accounting is given.

Keywords: order, expenses, cost, production, estimation, method.

Volozhanin V.V., Shindina T.A. Basis for the rational management of resources on the market of energy services

Ensuring the rational development of the market of public services, exclusion of spikes and dips is a key objective of government regulation of social and economic support for the territory. With the widespread influence of the parameters of the energy sector on the operation of supporting enterprises there is a business need to consider the main categories of relationship management of energy resources, the study of which the article is devoted to.

Keywords: service industry, energy market, interaction.

Prosvirina I.I. Intellectual capital and labour: evolution of the factor of production theory

The concept of intellectual capital formed in the mid 90's of the past century has become modern tendency of science and practice of management attracting attention of the scientists and managers. During the almost twenty-year history large experience of intellectual capital management in the companies, which keep up with the time, has been accumulated, a lot of new models of intellectual capital, which explain the different aspects of this phenomenon, have appeared. In this article the author represents his approach to the treatment of the essence of intellectual capital as the continuation of the evolution of the theory of production factors, which is the result of ten-year studies in this region.

Keywords: intellectual capital, human capital, the theory of production factors, labor as the factor of production.

Tashchev A.K. Labour potential of industrial enterprise and its transformation to the human capital.

The article considers the problems of the use of such concepts as labour potential and human capital, their transformation and application for industrial enterprise management. Historical analysis of formation and transformation of the concepts of the capital is made.

Keywords: labour potential, human capital, intellectual capital, industrial enterprise.

Tretyakova E.P. Organizational potential, organizational capital, resources of the company: essence and relations between the concepts in management science.

The article deals with the research of relations between common types of management science: organizational potential, organizational capital, labor potential, human capital. The author expresses an idea about the essence, conditions of development and properties of the company's potential. The correlation between organizational potential and organizational capital of the company is stated by means of comparison of the properties. The author's point of view of the extended explanation of the concept of «capital» is proved.

Keywords: potential, capital, resources of the company, organizational potential, organizational capital, labor potential, human capital.

Abstracts and keywords

Volozhanin V.V., Volozhanina O.A. The essence of consulting and its specific character in the service sector.

The article considers theoretical foundations of consulting services, consulting essence, the classification of types, peculiar features of service sector operation. In terms of widespread development of consulting practice it is necessary to consider the relationship of main economic categories and practical relevance of advisory activity, the study of which the article is devoted to.

Keywords: service sector, consulting, management subjects and objects in the market.

Gusev E.V., Ugryumov E.A., Shepelev I.G. Organization and economic basis of competitiveness of construction companies.

The article is devoted to the specification of the notion of competitiveness of the construction companies. The authors analyze basic approaches to the definition of competitiveness of enterprise, reveal disadvantages of existing definitions, and give their own definition to the concept of competitiveness of the enterprise. Necessary conditions for the solution of one of the most topical problems of development of the Russian enterprises and companies such as competitiveness increase in the most difficult conditions of economic activity are justified.

Keywords: notion, definition, competitiveness, construction, enterprise, company.

Karpushkina A.V. Institutional regulation of interaction between the bodies of government and business entities.

The article describes the author's idea of a formalized institutional regulation of interaction between the bodies of government and business entities, the object of which is a socially responsible business behavior.

Keywords: institutions, institutional regulation, socially responsible business behaviour.

Kuzmenko J.G., Khateev I.V., Levina A.B. Role and a place of small enterprises in modern economic conditions of the Russian Federation.

The article reveals the role and place of small enterprises in modern economic conditions. The analysis of dynamics of indicators of development of small business is carried out; and the influence of financial crisis on activity of the subjects of small business is estimated. The authors carry out the analysis of the structure of small enterprises by types of economic activity and its change for the last five years, and also the analysis of operating approaches to the classification therefore it is offered to improve existing classification by addition of modern principles of information logistics and to meet the requirements of modern information technologies. The authors' approach to the necessity of introduction of new characteristics of classification of small enterprises is presented in the article.

Keywords: Small enterprises, dynamics of development, structure of small enterprises, types of economic activity, information logistics, information technologies, logistical information space, integration of information processes.

Okolnishnikova I.Y., Katochkov E.V., Smirnova I.G. Formation of information support mechanism for the risk management system

The article deals with the formation of information support mechanism for the risk management business structures. The authors express the idea that one of the important factors in developing of a risk management system of the company is its high-quality information support; its basic principles are considered. The article analyzes the stages of the process of information support risk management organization and the condition for its successful operation, as well as software for company risk management is studied. Based on the analysis performed the authors' definition of information management is given; and the fact, that the information subsystem is a source of risk due to the use of computer technology and its interaction with the human factor, is proved; it requires additional software.

Keywords: risk management, risk-management of business structures, information support of risk management, business information systems.

Shagvaleyev A.M. Practical aspects of organization and improvement of internal training center of trade enterprise to raise the company's competitiveness (on the basis of pharmacy chain 36.6).

The article analyzes the system and principles of internal training center of a retail company on the federal level on the basis of pharmacy chain 36.6. The system and principles for subdivision operation are considered; special projects to solve operational business targets and strengthening of strategic competitiveness are dealt with; common issues faced by traders in the process of training and retraining of staff are given; recommendations for the solution of the problems, received through the practical implementation of training center projects, are studied.

Keywords: internal training center, improving the competitiveness, training system, innovative technology, retail, best practices, efficiency.

Shevrov V.Y., Okolnishnikova I.Y. Formation of the strategy to increase the efficiency of resource potential use for business structures.

The article analyzes strategic component of enterprise resource potential, basis of which is formed by intellectual assets in terms of innovative model of economics development; basic reasons for low innovative activity of the Russian business structures are considered; the objective conditions for development and implementation of innovative strategy of an enterprise, which is oriented to the market competitive position in terms of unstable environment, are analyzed.

Keywords: enterprise resource potential, strategic asset of resource potential of business structure, innovative development strategies, innovative and creative basis, competitive positions, market and resource component of the system approach to company management.

Shepelev I.G., Saveleva I.P., Ovchinnikova M.S. Current issues and methods for cost estimate system improvement in construction engineering.

The article deals with the issues of development of construction engineering in regards to the improvement current system of pricing for the construction products. The authors review the history of pricing system development in Russia as well as analyze components of the existing system revealing several issues and proposing solutions.

Keywords: economics of construction engineering, construction cost, estimated budget, estimate norms

Shmakov B.V., Karpushkina A.V. Business idea as the central part of project business activity in small and medium business

The essence of entrepreneurship through the personal qualities of a person engaged in entrepreneurial activity in the aspect of their manifestation in the society and existing institutions is considered in the article.

Keywords: business idea, entrepreneurship, business development

Okolnishnikova I.Y., Diachenko O.M. Introduction of the marketing approach to promote the scientific and educational services of the Russian universities in the international markets.

The article is devoted to the solution of the problems of the entry of the Russian universities to the international educational market. The authors consider a comprehensive approach to the promotion of scientific and educational services on the basis of the principle of marketing interaction, the factors, that affect the demand for educational options of the Russian universities of foreign students, are studied. The authors have identified tools to enhance the effectiveness of promotion educational services of the Russian universities in the international market.

Keywords: interaction marketing, marketing research, world educational market, foreign students, educational service promotion.

Abstracts and keywords

Savelyeva I.P., Varentsova I.E. On the question of general improvement and landscaping market analysis.

The article is devoted to the problems of general improvement and landscaping market analysis. The article describes the complexities which can arise from the analysis of general improvement and landscaping market. There are highlighted the major problems in the general improvement and landscaping market in Russia and described possible solutions of some difficulties handling.

Keywords: marketing analysis, marketing information, market capacity, set of general improvement services, general improvement and landscaping market facilities, general improvement market players.

Stukalov D.V., Ukhova A.I. Marketing research of pricing trends in the Chelyabinsk city primary real estate market.

The article is devoted to pricing problems of the Chelyabinsk city primary real estate market. The authors conduct a marketing study of the current situation in the market of new and built real estate market. The authors analyze the factors affecting the price formation of apartments in the primary real estate market in details.

Keywords: primary real estate market, real estate market price formation, marketing of the new and built residential market.

Greyz G.M., Kuzmenko J.G., Markovskiy V.A. Improving of research methods for supply chains based on GAP-analysis.

The possibilities to increase the efficiency of the supply chain based on GAP-analysis are considered. The nature of GAP-analysis is studied, the criteria for logistical system functioning are selected, relative indicators to assess the gaps in the system are developed. Threshold values of these indicators are proposed for steel pipe industry.

Keywords: logistics, supply chain management, the efficiency of supply chains, industrial enterprises, GAP-analysis, analysis of gaps.

Potoroko I.Y., Fatkullin R.I., Kalinin I.V. Quality and safety control of the water used in food production.

The article is devoted to the problems of quality control of the water used in food production. The authors consider the reasons of high degree of impurity of water in the system of centralized water supply; the comparative analysis of requirements to the quality of water, established in the Russian Federation and other countries is carried out. The results of research of plumbing and artesian water quality used in food production are given in the article.

Keywords: food production, quality of water, requirements to the quality of water, water purification methods.

Potoroko I.Y., Feklicheva I.V., Botvinnikova V.V. Features of expert assessment of food products derived from biomodification.

The article is devoted to the assessment of food products derived with the help of innovation technologies based on biomodification. The problems of the use of thermogravimetric methods as expert methods of assessment are considered in terms of existing regulations of the Custom Union, they require the assessment and identification of commercial facilities. The attention is paid to the possibilities of microscopic study and thermal decomposition combined with the organoleptic quality parameters for identification examination.

Keywords: expert assessment, biomodification and biotechnologies, microscopic study, thermogravimetric analysis, identification.

Voynova S.I. Organizational and economic mechanism of business activity management in the region.

The article is devoted to the problems of business activity management in the region. The author defines the notions of business activity and organizational and economic mechanism of business activity management in the region; reveals the interest of the government in business development. The article considers the algorithms of business activity management in the region, which is a set of elements of social and economic subsystem of business by three groups of characteristics.

Keywords: business activity, management of business activity, cooperation between the bodies of government and business structures.

Gabrin K.E., Ivanov A.E., Matviyshina E.M., Tchernetsova Y.A. Quantum mechanical approach as a tool for estimation method of enterprise goodwill (synergetic) value.

The article gives the description of enterprise goodwill evaluation and estimation method based upon quantum mechanical approach.

Keywords: quantum mechanics, goodwill, intangible assets, probability density matrix, egregor, energy gradient, the quantum domain, valuation, energy potential, social module, enterprise.

Gabrin K.E., Prokopchuk T.G. Crisis of existing affordable housing construction model in Kurgan region.

The article deals with the practical situation and the main problems in the sphere of housing construction in Kurgan region: low availability of housing for the population, disruption of the housing stock reproduction process. The critical estimation of existing mechanism of increasing the availability of housing based on commercial mortgage is given. The facts for sustainable development of housing construction nonrealizability are given. The solution for affordability of housing based on market mechanisms of demand meeting, expansion of mortgage lending in case of using it as a primary source of funding for housing is dealt with.

Keywords: housing stock deficit, reproduction, economical housing unavailability, crisis, mortgage lending, demand stimulation, securities, speculative capital, capital investments, state mortgage.

Drachuk P.E. Economic features of agriculture in the Chelyabinsk region.

The article considers the status of main agricultural sectors: dairy and beef cattle breeding and grain production, and factors influencing the specialization and cross-sectorial proportions in different natural agricultural zones of the region. The author has defined the direction and degree of variability of the economic performance of these sectors in dynamics of the given zone peculiarities.

Keywords: agriculture, sector, natural agricultural zone, location, specialization, variability.

Sknaryov D.S., Cherednyakova A.B. The role of projective techniques to specify image characteristics of brand in branding.

The specific character and the role of projective techniques in a company branding policy are considered in the article. The issues of quality application of projective techniques for more precise image characteristics of a trademark are covered. The article touches upon subjects of a customer's psychological state at the moment of contact with a trademark image. It also justifies the necessity of projective techniques application, as a result of which, emotional attitude towards a trademark, communication literacy, a trademark image and levels of their effects on a brand image are monitored.

Keywords: projective techniques, branding, image, brand, test, research, associations.

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

1. В редакцию предоставляются электронная и бумажная (документ MS Word) версии статьи, экспертное заключение о возможности опубликования работы в открытой печати, сведения об авторах (Ф.И.О., место работы и должность для всех авторов работы), контактная информация ответственного за подготовку рукописи (рабочий и мобильный телефон, адрес для рассылки авторских экземпляров).

2. Структура статьи: УДК, ББК, название (не более 12–15 слов), список авторов, аннотация (не более 300 знаков), список ключевых слов, текст работы, литература (в порядке цитирования, ГОСТ 7.1–2003).

3. После текста работы следует название, аннотация, список ключевых слов и сведения об авторах на русском и английском языках.

4. Параметры набора. Размеры полей: левое – 2,5 см, правое – 2,5 см, верхнее и нижнее – по 2,3 см. Текст статьи набирать в одну колонку шрифтом Times New Roman размером 14 пт. Выравнивание абзацев – по ширине. Отступ первой строки абзаца – 0,7 см. Междустрочный интервал – одинарный. Включить режим автоматического переноса слов. Все кавычки должны быть угловыми («»). Все символы «тире» должны быть среднего размера («–», а не «-»).

5. Формулы должны быть набраны в редакторе формул Microsoft Equation с отступом 0,7 см от левого края. Размер обычных символов – 14 пт, размер крупных индексов – 10 пт (71 % от размера обычных символов), размер мелких индексов – 8 пт (58 % от размера обычных символов).

6. Рисунки все черно-белые. Если рисунок создан не средствами MS Office, то желательно предоставить рисунки и в виде отдельных файлов.

7. Адрес редакции научного журнала «Вестник ЮУрГУ» серии «Экономика и менеджмент»:

Россия 454080, г. Челябинск, пр. им. В.И. Ленина, 85, Южно-Уральский государственный университет, факультет Коммерции, кафедра ТиЭПТ, ответственному секретарю Науменко Наталье Владимировне.

8. Адрес электронной почты: Naumenko_natalya@mail.ru

9. Полную версию правил подготовки рукописей и пример оформления можно загрузить с сайта ЮУрГУ (<http://www.susu.ac.ru>), следуя ссылкой: «Наука», «Вестник ЮУрГУ», «Серии».

10. Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

ВЕСТНИК ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Серия
«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»
2013, том 7, № 1

Издательский центр Южно-Уральского государственного университета

Подписано в печать 04.03.2013. Формат 60×84 1/8. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 23,25. Тираж 500 экз. Заказ 33/181.

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