



ВЕСТНИК

ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО № 29 (162)
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА 2009

ISSN 1997-0129

СЕРИЯ

«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»

Выпуск 11

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

Редакционная коллегия серии:

д.э.н., профессор **Каточков В.М.**

(*отв. редактор*),

д.э.н., профессор **Баев И.А.**

(*зам. отв. редактора*),

к.т.н., доцент **Науменко Н.В.**

(*отв. секретарь*),

д.э.н., профессор **Антонюк В.С.**,

д.э.н., профессор **Баев Л.А.**,

д.э.н., профессор **Мельникова Е.И.**,

д.э.н., профессор **Мохов В.Г.**,

д.э.н., профессор **Шевелёв А.Е.**,

д.э.н., профессор **Щербаков В.В.**,

д.э.н., профессор **Горшенин В.П.**

Серия основана в 2007 году.

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

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

Подписной индекс 29089 в объединенном
каталоге «Пресса России».

Периодичность выхода – 4 номера в год.

СОДЕРЖАНИЕ

Экономическая теория и мировая экономика

ЯКОВЕНКО А.М. Иерархические алгоритмы кластерного анализа в обосновании структуры современной модели эффективного бизнеса 4

Региональная экономика

ДАНИЛОВА И.В., БАЖЕНОВА Е.В. Фискальные аспекты территориального развития: причины и факторы неоднородности 10

ОКОЛЬНИШНИКОВА И.Ю., КАТОЧКОВ В.М. Формирование и развитие новых форм организации и управления хозяйствующими субъектами здравоохранения (на примере государственно-частного партнерства) 19

Экономика и финансы

АРИСТАРХОВА М.К., ЗУЕВА О.К., МЕДВЕДЕВ И.К. Совершенствование механизма пенсионной системы 26

АРИСТАРХОВА М.К., СТОВЕР Г.Р. Проблема совершенствования финансирования федеральных целевых программ 32

ВОЛОЖАНИН В.В., БОРОДИН С.И. Анализ источников финансирования деятельности строительных предприятий-застройщиков 41

ТОПУЗОВ Н.К. Методы активизации процессов ресурсосбережения в программах антикризисного управления предприятий металлургии 47

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

ПОДПОВЕТНАЯ Ю.В. Специфика управления научно-образовательным процессом университета при подготовке студентов экономических специальностей 52

ЯКОВЛЕВА Н.В. Теоретико-методологические подходы к анализу мезоэкономических систем инновационной экономики 57

Управление социально-экономическими системами

БАЕВ И.А., КЛИМОВ Б.О. Моделирование оппортунистического поведения менеджеров промышленного предприятия 63

ПЕРСКИЙ Ю.К., ДМИТРИЕВ Д.В. Формирование информационно-экономического механизма управления уровнем асимметрии информации на региональном отраслевом рынке 66

МЯКШИН В.Н., ПЕСЬЯКОВА Т.Н. Сбалансированное управление эффективностью регионального лесного комплекса 75

Маркетинг

ВАЙСМАН Е.Д., СОЛОВЬЕВА И.А. Использование инструментов маркетингового анализа для повышения обоснованности принимаемых управленческих решений 81

ШАБАЛИНА О.И. Управление частными марками в эпоху кризиса 88

Abstracts and keywords 93

CONTENTS

Economics and world economy

YAKOVENKO A.M. Hierarchical algorithms of the cluster analysis in grounding the structure of modern efficient business model	4
--	---

Regional Economy

DANILOVA I.V., BAZHENOVA E.V. Fiscal aspects of territorial development: reasons and factors of heterogeneity	10
OKOLNISHNIKOVA I.Y., KATOCHKOV V.M. Formation and development of new forms of organization and management of economic entities in health industry (by the example of private-public partnership)	19

Economy and Finance

ARISTARKHOVA M.K., ZUEVA O.K., MEDVEDEV I.K. Improvement of the pension system mechanism	26
ARISTARKHOVA M.K., STOVER G.R. Problem of improving the Federal Target programs' financing	32
VOLOZHANIN V.V., BORODIN S.I. Analysis of the sources of financing of the building enterprises-builders	41
TOPUZOV N.K. Methods to intensify the resource saving processes in crisis management programs at metallurgical enterprises	47

Investment and Innovation activity management

PODPOVETNAYA Y.V. Specificity of scientific-educational process management at university while teaching the students of economic specialties	52
YAKOVLEVA N.V. Theoretical and methodological approaches to the analysis of mesoeconomic systems of innovative economics	57

Management of Social and Economic Systems

BAEV I.A., KLIMOV B.O. Modelling of opportunistic behavior of managers at an industrial enterprise	63
PERSKY Y.K., DMITRIEV D.V. Formation of the information-economic mechanism of information asymmetry level management at the regional branch market	66
MYAKSHIN V.N., PESYAKOVA T.N. Balanced Management of Regional Forest Complex Efficiency	75

Marketing

VAYSMAN E.D., SOLOVJEVA I.A. Use of tools of marketing analysis for increase of validity of accepted administrative decisions	81
SHABALINA O.I. Private labels management during crisis	88

Abstracts and keywords	93
-------------------------------------	----

ИЕРАРХИЧЕСКИЕ АЛГОРИТМЫ КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА В ОБОСНОВАНИИ СТРУКТУРЫ СОВРЕМЕННОЙ МОДЕЛИ ЭФФЕКТИВНОГО БИЗНЕСА

А.М. Яковенко

В настоящей статье проблема управления развитием бизнес-процессов рассматривается с позиции тенденций и подходов к формированию современной модели эффективного бизнеса, возможностей иерархических алгоритмов кластерного анализа как методов декомпозиции и синтеза торгово-производственных систем; управления развитием бизнеса как многомерной структурой, диагностируемых источников повышения производительности и эффективности бизнеса в глубоко структурированной модели бизнеса.

Ключевые слова: модель эффективного бизнеса, управление развитием бизнес-процессов, подходы, кластерные алгоритмы декомпозиции многомерной структуры.

Сущность проблемы. Несоответствие существующих методов менеджмента решению проблемы развития приводит к тому, что многие российские предприятия и производственные комплексы мало конкурентоспособны по производительности и эффективности [1, с. 5, 15]. Поскольку в условиях кризисной ситуации возможности привлечения дополнительных финансовых ресурсов ограничены, требуется задействовать внутренние источники развития. Поэтому важно более глубокое понимание управленческой ситуации и обоснование содержания преобразований управления развитием. Для этого необходим выбор методов более глубоко структурированного описания предприятий и производственных комплексов.

При выборе этих методов следует исходить из того, что в современных теоретических представлениях управление развитием предприятия или производственного комплекса – это необратимое целенаправленное закономерное изменение многих его системных социально-экономических характеристик, в результате которого возникает их новое качественное состояние, новая управленческая ситуация, создающая внутренние источники социально-экономического роста.

В настоящей статье проблема управления развитием рассматривается с позиции:

- тенденций и подходов к формированию современной модели эффективного бизнеса как технологических кластеров;
- системности как основополагающего условия управления развитием;
- иерархических алгоритмов кластерного анализа как методов структуризации и синтеза торгово-производственных систем в процессном и технологическом подходе;

– управления развитием бизнеса как многомерной структурой;

– диагностируемых источников повышения производительности и эффективности бизнеса как технологического кластера.

Тенденции и подходы к формированию современной модели эффективного бизнеса. Современная модель эффективного бизнеса формируется под воздействием ряда процессов. Это глобализация кооперации и конкуренции бизнеса, глобальная информатизация [2, с. 272–279], концепция взаимодействия [3, с. 50–53] и др. В этих условиях образуется более эффективная экономическая среда в виде высоко организованных технологических кластеров бизнес-процессов. Они представляют собой сквозные технологии, которые обладают высоким мультипликативным эффектом, воздействующим на весь производственный процесс – от проектирования и конструирования до выпуска и доведения товара до потребителя [4].

При этом любое предприятие следует рассматривать не только как самостоятельную систему (компанию, бизнес-единицу), состоящую из бизнес-процессов, но и как составляющую целостной системы бизнес-процессов более высокого порядка – технологического кластера.

Построение технологических кластеров требует реинжиниринга бизнеса как системы на основе продуктивных с точки зрения распознавания состояния процессного и технологического подходов.

Системность как основополагающее условие структуризации бизнеса. Для обеспечения детализации образа технологического кластера как системы можно применить метод топологии. Это научный метод, основанный на расчленении объектов на совокупность состояния отдельных изу-

чаемых характеристик, соответствующих новому качеству предприятия как системы [5, с. 99]:

$$\mathfrak{S}_{sm} = \bigcup_R \mathfrak{S}_{smR}, \quad R = \overline{1, R_0}; \quad (1)$$

$$\mathfrak{S}_{sf} = \bigcup_l \mathfrak{S}_{sfl}, \quad l = \overline{1, l_0}; \quad (2)$$

где \mathfrak{S}_{c1} , \mathfrak{S}_{c2} , \mathfrak{S}_{sm} , \mathfrak{S}_{sf} – множества, составляющие образы.

Совокупность состояний многих характеристик определяет управленческую ситуацию. Упорядоченная в контексте модели распознаваемого образа информация системы образует совокупность знаний, накопленных человеком или коллективом. При этом система способна к самоотображению, самообучению и адаптации к внешней среде, т. е. к развитию. Это определяет принципиально новый язык коллективного профессионального общения и содержание процессов управления развитием.

На наш взгляд, при формировании технологических кластеров с точки зрения известных принципов системного анализа и современных инструментальных средств бизнес-реинжиниринга необходимо получить информацию о целостной структуре в виде признаков [6, с. 23–25; 95–101]:

- нового качества системы, определяющего целесообразность развития с точки зрения принципиально новых базовых корпоративных ценностей;
- каскадов подсистем, состоящих из совокупности процессов, подпроцессов, компонентов и их управляемых элементов;
- каскадов целей и критериев – различных проекций ключевых показателей эффективности КРП, отражающих многомерное пространство состояния подсистем и их управляемых элементов;
- внутренних, внешних и обратных связей, установленных в форме зависимостей между критериями успеха и эффективности предприятия или производственного комплекса в целом и критериями оценки состояния отдельных подсистем, компонентов и управляемых элементов.

В ранее выполненных исследованиях автора проведен обзор и сравнительный анализ применяемых в науке и практике управления методологий системной структуризации бизнеса с точки зрения глубины распознавания управляемых факторов и отображения наиболее важных связей в бизнесе как системе [6, с. 27–29].

Установлено, что не в полной мере учитывается тот факт, что идет расширение представлений о бизнес-системе производства конкретного товара от глубинных свойств материалов и сходного сырья до масштабов широкого применения космических и информационных технологий. Всего в современном знании может быть определено не менее 30-ти научно обособленных, но на практике взаимосвязанных сфер, образующих иерархию каскадов, содержащих бизнес-процессы и техно-

логии. Неучет факторов влияния этих сфер приводит к малопродуктивным субоптимизационным оценкам.

С другой стороны, с точки зрения детализации самих факторов популярные методы декомпозиции не обеспечивают глубины распознавания системных управляемых признаков, определяющих изменения управления развитием, соответствующие процессному и технологическому подходу.

С учетом необходимости «широты и глубины» понимания проблемы управления развитием бизнес-процессов автором предложена как наиболее продуктивная для структуризации проблемы управления развитием исходная схема каскадно-кластерной методологии декомпозиции. В ней современные предприятия и производственные комплексы представляют в виде подсистем (каскадов), образующих технологические кластеры процессов. Это бизнес-платформа (разработка и производство товара или услуги), бизнес-архитектура (социальные институты и управление), информационная платформа (информационные процессы) [6, с. 29–33].

Бизнес-платформа в исследовании является основополагающей в формировании технологического кластера, поскольку она отражает, в первую очередь, многообразие состояний социальных структур предприятия. Это концепция и стратегия, структура проектируемого товара или услуги, сырьевые ресурсы и технологии, машины и оборудование, выбранные предприятием как наиболее соответствующие поставленным целям и реализованные в бизнес-процессах. Ее состояние определяет, в свою очередь, целесообразное содержание процессов и технологий бизнес-архитектуры и корпоративной информационной платформы. Поэтому с использованием каскадно-кластерной декомпозиции в первую очередь структурируется бизнес-платформа технологических кластеров, и систематизируются ее характеристики и связи.

Для сравнения реального потенциала системной каскадно-кластерной структуризации и обоснования управления развитием автором проанализированы возможности нейро-сетевых моделей, моделей бизнес-реинжиниринга, методов кластерного анализа [6, с. 118–140] и др. Установлено, что каждый из вышеназванных методов обладает своим особым потенциалом получения представлений о системной структуре бизнеса. В настоящей работе рассматриваются возможности иерархических алгоритмов кластерного анализа, которые, на наш взгляд, являются наиболее интересными для поиска управляемых характеристик бизнеса и обоснования изменений управления развитием. Они подразделяются на дивизионные (алгоритмы анализа) и агломеративные (алгоритмы синтеза) [7].

Дивизионные алгоритмы кластерного анализа торгово-производственных систем. В нашем случае дивизионные алгоритмы в сочетании процессного и технологического подхода исполь-

зуются для предварительного (ландшафтного анализа), поскольку последовательно разделяют региональную (национальную, транснациональную) социально-экономическую систему, частью которой является предприятие, на подсистемы и элементы бизнес-платформы:

- технологические кластеры стратегических хозяйственных единиц,
- структуру бизнес-процессов, образованную на технологиях производства товара (услуги),
- структуру подпроцессов,
- функции бизнес-процессов,
- компоненты (группы признаков) функций бизнес-процессов и технологических процессов,
- управляемые элементы компонентов функций бизнес-процессов процессов и технологических процессов.

Согласно кластерной структуризации рыночная среда может рассматриваться как структурированная среда, состоящая из стратегических хозяйственных единиц (СХЕ) [8, с. 120], образующихся на целевых стратегических сегментах рынка и построенных как технологические кластеры.

В современных представлениях СХЕ как целостная социально-экономическая система объединяет в единое целое дом (семью потребителя) – информационные сети и IT-технологии – разработку и производство товара – торговую сеть – дороги и транспорт – логистические системы. Отличие понятия СХЕ от понятия «компания» или «бизнес-единица» состоит в том, что последняя может включать в себя одну или несколько СХЕ, или их отдельные части.

По бизнес-платформе можно выделить несколько типов СХЕ.

1. Производственный комплекс как СХЕ – транснациональный, национальный, региональный или муниципальный, состоящий из самостоятельных предприятий основного, вспомогательного и обслуживающего производств, предприятий инфраструктуры и социальной сферы.

2. Встроенные СХЕ – разработка и производство изделия осуществляется путем распределения заказа на многих предприятиях региона (или, например, муниципального образования).

3. Предприятие как СХЕ – предприятие (компания) с законченным технологическим циклом разработки товара, его производства и продажи.

4. Подразделение как СХЕ – подразделение компании с законченным циклом разработки, производства товара и продажи.

5. Категорийные – построенные на функциях процессов производства и продажи категорий однородных товаров и услуг в торгово-производственных системах.

6. Функциональные СХЕ – структурные подразделения или предприятия, ориентированные на обеспечение успешной деятельности стратегических хозяйственных единиц, работающих в концепции «бизнес для потребителя В2С». Это вы-

полнение вспомогательных процессов (машиностроение, технический сервис, энергетика, водоснабжение, транспорт и т. д.) и обслуживающих процессов (банки и финансовые компании, информация и образование, юридические и консалтинговые услуги и т. п.) в концепции «бизнес для бизнеса В2В».

7. Инновационные СХЕ – стратегические альянсы, научные парки, технологические полисы, венчурные компании, учебные заведения и др.

8. Виртуальные предприятия – связи по кооперации в глобальной сети, образующие технологический кластер на базе уже существующих предприятий мирового рынка.

9. Интегрированные торгово-производственные системы массового производства на индивидуальный заказ, построенные на информационных, транспортных и логистических сетях и информационных технологиях.

Различные варианты стратегических хозяйственных единиц определяют многообразие основных, вспомогательных, обслуживающих и специальных бизнес-процессов и их функций.

В качестве компонентов функций, структурируемых на управляемые элементы можно принять:

- цели выполнения функции в экономической системе;
- обрабатываемый ресурс;
- технологические правила выполнения функции;
- машины и технологическое оборудование;
- персонал, выполняющий функции;
- организационные правила выполнения функций;
- правила управления выполнением функций.

Таким образом, в результате декомпозиции социально-экономической системы могут быть распознаны каскады подсистем, компонентов и управляемых элементов бизнес-среды. А, исходя из базовых корпоративных ценностей, могут быть каскадированы цели управления развитием, которые в качественном содержании в совокупности образуют стратегическую карту бизнеса в различных проекциях.

В начале на основе полученного описания структурных схем технологических кластеров в виде каскадов подсистем, управляемых элементов и целей может быть определен класс задач диагностики:

- согласованности целей и критериев бизнес-процессов стратегических хозяйственных единиц;
- выбор приоритетной структуры рыночного пространства;
- определение места предприятия (бизнес-процесса) в структуре рыночной среды;
- исследование динамики адаптации внутренней среды предприятия к монопольному или конкурентному рыночному пространству для определения целесообразных границ предприятия в структуре технологического кластера;

- диагностика состояния функций бизнес-процессов;

- дифференциация предприятий (СХЕ) по упорядоченности бизнес-процессов в технологическом кластере;

Применение дивизионного метода структуризации бизнес-платформы и ее ландшафтного анализа позволяет определить варианты состояния структуры системы бизнеса и получить исходные представления для синтеза целесообразной модели технологического кластера.

Агломеративные алгоритмы кластерного анализа торгово-производственных систем. Агломеративные алгоритмы последовательно объединяют однотипные объекты во все более крупные группы и позволяют вести синтез технологического кластера из усовершенствованных отдельных элементов, имеющих измерение. В данном случае возможны три метода синтеза и количественной оценки управления развитием.

Первый вариант – синтез связей между бизнес-процессами технологического кластера. Путем полевых наблюдений, сбора и обработки информации о составляющих потерь времени в бизнес-процессах технологического кластера может быть установлена проблемная связь и решена задача количественной оценки, которая заключается в определении звена или партнера, наносящего технологическому кластеру в целом наибольший ущерб.

Второй вариант – синтез многомерной структуры технологического кластера как объекта нечисловой природы. Как правило, распознаваемые структурные характеристики бизнеса как системы эмпирически представляют собой совокупность статистических и дискретных величин различной размерности, а также многообразных качественных признаков. В этом случае распознаваемый образ структуры бизнеса как системы может быть отнесен к объектам нечисловой природы.

В нашем случае было определено, что все без исключения распознаваемые характеристики приводятся в единое измерение (безразмерные индексы) посредством построения шкал. Это позволяет снять препятствия для применения количественных методов расчета комплексных критериев и агрегирования исходных данных в целях приведения задачи к стандартному методу регрессионного анализа при изучении связей в бизнес-системе и балансировке индексов [6, с. 94–114].

Результатом синтеза многомерной структуры являются взаимосвязанные каскады ключевых индексов. От глобальных, определяющих корпоративные интересы, до структурных характеристик, определяющих сферы деятельности людей в технологических процессах.

Третий вариант – синтез многомерной структуры технологического кластера как многоуровневой системы. В качестве инструмента реализации агломеративного алгоритма нами разработано

многоуровневое описание систем [6, с. 141–143, 158–161], которое предусматривает синтез бизнес-платформы из усовершенствованных функций процессов путем:

- построение каскадов соподчиненности функций процессов в соответствии с их предполагаемой ролью в эффективности системы в целом,

- классификацию параметров состояний функций,

- классификацию параметров прямых и обратных связей между функциями.

Экономико-математическая модель, разработанная с учетом параметров состояния и параметров связи многоуровневого функционального описания технологического кластера позволяет осуществлять количественное сравнение вариантов преобразований управления развитием на основе оптимизации (бескомпромиссной минимизации) критерия суммы затрат и потерь.

Диагностируемые источники повышения производительности и эффективности бизнеса как технологического кластера. Проблема повышения производительности на российских предприятиях достаточно не нова. К настоящему моменту в России сложились и опробованы как минимум четыре сценария повышения производительности, являющихся предметом научно-технической политики и отличающихся как глубиной понимания, так и принципиальным различием управленческого выбора.

Сценарий 1. Больше «обычной техники». Наиболее традиционный из малоуспешных вариантов решения. Строится на предположении, что проблему можно решить, увеличив количество работающих агрегатов. Однако расширение фронта работ практически не приводит к увеличению производительности, а издержки растут. Очевидное объяснение парадоксу специалисты находят в низком качестве отечественных машин, недостаточной численности персонала и его низкой квалификации и ответственности.

Сценарий 2. Больше «хорошей» техники. Предприятие приобретает зарубежную технику и ожидает прироста производительности более чем на порядок. Реальный рост производительности 2,5 раза на один, максимум два года. Внешне наблюдается достаточно быстрое, аварийное разрушение машин, рассчитанных за рубежом на устойчивую и эффективную эксплуатацию в течение десятилетий. Очевидное объяснение парадоксу специалисты находят в низкой квалификации и ответственности персонала, в отсутствии фирменного сервиса.

Сценарий 3. Больше «хорошей» техники плюс ее фирменный сервис и обучение персонала в зарубежной компании. Заметно снижаются простои по техническим причинам. Достаточно устойчивая работа в течение многих лет. Однако в целом рост производительности на порядок не достигается.

Сценарий 4. Больше «хорошей» техники плюс фирменный сервис, плюс реинжиниринг всего технологического кластера взаимосвязанных процессов дает шансы для увеличения производительности более чем на порядок, что активно реализуется в зарубежных компаниях и на передовых российских предприятиях. Имеет место результат уже другого свойства – рост производительности, качества и конкурентоспособности товаров наблюдается при одновременном снижении издержек. Эффект в основном парадоксальный для всей существующей теории и практики российского менеджмента, поэтому мало понимаемый и достаточно редко реализуемый в российских условиях только исключительно высокопрофессиональным менеджментом отдельных компаний.

Причина состоит в том, что сегодня данные сценарии специалисты традиционно пытаются истолковать в неоклассической и классической методологии структуризации проблемы, т. е. рассматривать бизнес как статистические совокупности (вход и выход) или отдельные процессы. Ответ же является достаточно прозрачным при ландшафтном анализе технологического кластера и определении звена или партнера, наносящего наибольший ущерб путем построения и анализа схемы связей между бизнес-процессами. При этом вскрывается и систематизируется принципиально новая совокупность фактов, характеризующих настоящее состояние бизнес-систем.

Во-первых, на предприятиях обычно сложилась достаточно сложная структура основных, вспомогательных и обслуживающих процессов (более двухсот).

Во-вторых, как правило, отсутствует единая для всех процессов целевая структура и достойная решению проблемы сбалансированная система ключевых показателей эффективности. Вспомогательные и обслуживающие процессы ориентируются на свою внутреннюю эффективность, а не на бизнес-задачу основного процесса комплекса.

В-третьих, вскрываются истинные источники потерь времени, объективно не позволяющие достаточно продуктивно реализовать три первых сценария и, наоборот, успешно реализовать четвертый, что типично для достаточно широкого спек-

тра видов экономической деятельности, несмотря на некоторое отличие в цифрах (см. таблицу).

Согласно вышеприведенным статистическим данным имеет смысл применять дорогостоящие агрегаты большей производительности, если только удастся устранить потери более двух третей рабочего времени, обусловленные несовершенством товаров и услуг производственного назначения. Это просто по техническим причинам и исправление ошибок других процессов.

На примере комплекса уборочных работ (данные полевых экспериментов, выполненных автором) можно сделать стратегическое предположение о том, что, кардинальный эффект повышения производительности более чем на порядок реален. Эффект может быть достигнут при одновременном применении путей:

- более высокопроизводительных технологических агрегатов – резерв двукратного и более роста,
- производства машин более высокой технической надежности и фирменного сервиса – резерв двукратного роста,
- реинжиниринга всей совокупности вспомогательных и обслуживающих бизнес-процессов – резерв почти троекратного роста.

Данное предположение может быть распространено и на другие виды экономической деятельности. Можно применить более широкий диапазон каскадно-кластерной декомпозиции, включая все стадии разработки, производства и продажи конечного продукта. В результате может быть образован согласованный технологический кластер процессов, отличающийся более высоким потенциалом производительности, а, следовательно, и эффективности.

В заключение следует отметить, что применение методов иерархических алгоритмов в предлагаемой автором каскадно-кластерной декомпозиции бизнес-среды как системы позволяет обосновать совокупность неколичественных и количественных методов анализа и обоснования изменений управления развитием. В практическом плане для формирования конкурентоспособных технологических кластеров может быть получена принципиально новая по методологическому содержанию

Составляющие рабочего времени в основном бизнес-процессе предприятия (производственного комплекса)

Виды деятельности	Составляющие рабочего времени, %		
	Выполнение основного технологического процесса	Простои по техническим причинам	Исправление ошибок других процессов
Подземные горные разработки *	12	41	47
Открытые горные разработки*	21	31	48
Уборочные работы в сельском хозяйстве	28	28	44

*Примечание: по данным НТЦ-НИИОГР, г. Челябинск.

управленческих инструментов совокупность специальных критериев, распознающих системный контекст бизнеса. Эти критерии в наибольшей мере соответствуют естественной процессной и технологической природе бизнеса. Они могут образовать сертифицированную методологическую базу управления развитием и войти в профессиональные компетенции особого вида специалистов-экспертов. Это менеджеры по стратегическому планированию и управлению, эксперты по методологии и менеджеры проектов управления системным развитием бизнес-процессов предприятий и производственных комплексов, инновационные и категорийные менеджеры.

Литература

1. *Российская промышленность на перепутье. Что мешает нашим фирмам стать конкурентоспособными: доклад ГУ ВШЭ о конкурентоспособности обрабатывающей промышленности России по результатам партнерского проекта со Всемирным банком при финансовой поддержке Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации* / В. Голикова, К. Гончар, Б. Кузнецов, А. Яковлев; науч. рук. проекта Е. Ясин. – М., 2007.

2. *Информационные технологии в бизнесе: энциклопедия* / под ред. М. Желены. – СПб., 2002.

3. Яковенко, А.М. *Современная модель эффективного бизнеса* / А.М. Яковенко; под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск, 2009. – Книга 4.

4. *Оценка конкурентоспособности экономики России: отраслевой и кластерный анализ. Доклад экспертной группы Комитета Российского союза промышленников и предпринимателей (работодателей) по промышленной политике и конкурентоспособности (май 2005 г.)* / рук. В.П. Евтушенков // www.derrick.ru.

5. Дружинин, В.В. *Проблемы системологии. Проблемы теории сложных систем* / В.В. Дружинин, Д.С. Конторов. – М., 1976.

6. Яковенко, А.М. *Методология диагностики и управления развитием бизнес-процессов промышленных предприятий: монография* // А.М. Яковенко // *Избранные труды Российской школы по проблемам науки и технологий*. – М.: РАН, 2008.

7. *Управление организацией: энциклопедический словарь* / под ред. А.Г. Поршнев, А.Я. Кибанова, В.Н. Гунина. – М., 2001.

8. *Книга делового человека: под ред. Г.А. Краюхина и Э.С. Минаева*. – М., 1993.

Поступила в редакцию 10 апреля 2009 г.

Яковенко Александр Максимович. Кандидат технических наук, доцент кафедры менеджмента и мировой экономики Российского государственного торгово-экономического университета ГОУ ВПО «РГТЭУ» Челябинский институт (филиал). Область научных интересов – методология диагностики и управления развитием бизнес-процессов предприятий в современной модели эффективного бизнеса. Контактный телефон (351) 280-53-85.

Alexander Maximovich Yakovenko. Candidate of Engineering science, associate professor of the Management and World Economy department of Russian State Trade-Economic University, Chelyabinsk institute (branch). Scientific interests: methodology of diagnostics and management of enterprise business-processes development in the modern model of efficient business. Contact telephone 007-351-280-53-85.

Региональная экономика

УДК 332.142
ББК У9(2)-878+У049(2)6

ФИСКАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ: ПРИЧИНЫ И ФАКТОРЫ НЕОДНОРОДНОСТИ

И.В. Данилова, Е.В. Баженова

Статья посвящена актуальным теоретическим и прикладным проблемам налогово-бюджетного регулирования регионального развития. Авторами предложены методические подходы к идентификации фискальной среды регионов, позволяющие классифицировать сложившиеся фискальные условия, осуществлять мониторинг и корректировать федеральную и региональную политику в целях обеспечения реального экономического федерализма.

Ключевые слова: фискальная среда, фискальное регулирование, региональная политика, государственные и региональные институты, фискальные потоки, коэффициент возвратности.

В XXI веке в Российской экономике не уменьшается острота проблем эффективности государственных и региональных институтов регулирования социально-экономического развития регионов. Это в полной мере относится к налогово-бюджетному регулированию. Нарастание территориальной дифференциации социально-экономического развития; сохранение бюджетной асимметрии регионов; несопряженность и противоречия федерального и регионального законодательства снижают результативность пространственного государственного регулирования, обуславливают формальность отношений экономического федерализма. Причинами такой ситуации, на наш взгляд, является недостаточное внимание к теоретическим проблемам, а именно: не исследовано влияние фискальной среды и налогово-бюджетных отношений между центром и субъектами федерации на параметры социально-экономического развития регионов; требуют анализа причины неоднородности фискальной нагрузки между регионами (например, «донорами» или депрессивными) и другие.

Серьезные недостатки действующего многоуровневого механизма фискального регулирования связаны с отсутствием прозрачности реальных налогово-бюджетных условий: горизонтальный срез доходных и расходных полномочий государственных структур количественно очевиден, а сальдо вертикальных фискальных потоков, концентрируемых на обособленных территориях национальной экономики, аналитически не оценивается ни в научной литературе, ни в официальных статистических исследованиях. Тем самым, создается ситуация неопределенности и неполноты картины фискальных условий развития территорий. Все это актуализирует разработку теоретических и методических подходов к комплексной оценке

налогово-бюджетной среды функционирования российских регионов.

Отсутствие прозрачности территориального распределения бюджетных средств приводит к неравномерности распределения фискальных потоков: одни ареалы получают слабую ресурсную поддержку со стороны центра, в то время как другие регионы, нередко менее проблемные, находятся в условиях «мягких» налогово-бюджетных ограничений. Каналы фискальной «подпитки» регионов центром многообразны – это и программные, и непрограммные расходы центра, межбюджетные трансферты и т. д., и итоговая картина по каждому субъекту РФ, к сожалению, в силу закрытости информации федерального казначейства, недоступна.

Дефицит государственных финансов закономерно повышает значимость проблемы территориальной концентрации ресурсов. Сложившаяся модель селективной региональной политики центра по поддержке депрессивных и отсталых территорий неэффективна: разрыв по отношению к сильным ареалам не сокращается, кроме этого исчезают стимулы саморазвития. Сильные территории в современных условиях попадают под «жесткое» фискальное поле, в результате как сильные, так и слабые оказываются в одинаковой ситуации кризиса. Приоритеты поддержки государства в действующей модели налогово-бюджетного федерализма определить сложно и соответственно в ситуации неопределенности базовой «фискальной картины» любое решение, связанное с перераспределением средств, будет скорее работать на ухудшение имеющегося положения, чем на кардинальный сдвиг. В рамках региональной политики в федеративном государстве, по мнению авторов, федеральная финансовая помощь должна поступать либо ареалам социально-экономического бедствия, либо кризисным по объективным причинам регио-

нам (структурные, природно-климатические изменения), либо регионам, по субъективным причинам попадающим в ограничительное фискальное поле. Создание условий рестрикции искусственно, в силу несостыкованности бюджетного законодательства, введения бюджетных программ по разным функциональным направлениям, без учета налоговых изъятий с территорий, является социально и экономически опасным. Региональная дезинтеграция по фискальным причинам «имела место быть», и объективные основы её возрождения сохраняются (что связано с наличием статусных регионов, таких как Татарстан и Башкортостан). Знаменателем фискальных проблем, по нашему мнению, является сложившаяся система налогово-бюджетных взаимоотношений центра и субъектов федерации, что соответственно требует доказательства дифференцированности регионов по типам фискальной среды¹.

Россия – страна с уникально большим количеством субъектов федерации (в мире аналог отсутствует) и огромной пространственной неоднородностью, при реализации государственной региональной политики сталкивается с необходимостью выбора: либо реализация универсальной политики общего регулирования территориального развития, либо селективная, использующая дифференцированные меры. В любом случае решение должно обеспечить максимальную эффективность распределения ограниченных ресурсов, а это означает – необходима корректировка фискальных условий, которые в ряде случаев исходно определены не оптимально и действуют ограничительно, принимая форму запретительного регулирования.

Адекватное поведение фискальной региональной политики в современных условиях невозможно без исходного построения типологии субъектов Российской Федерации, критерием которой является идентификация типа фискальной среды.

Существуют два различных подхода к построению типологий или классификаций². Первый предполагает «искусственное» разграничение объекта исследования. В этом случае эмпирические явления и процессы встраивают в разработанную теоретическую модель, при этом заведомо определено общее число классов, и задача исследования состоит в идентификации критерия включения объектов в тот или иной теоретически заданный класс.

Второй подход к построению типологий часто называют «естественным». Объекты представляют собой точки в пространстве социально-экономических характеристик, образуя некоторые «сгустки». Количество этих «сгустков», как и их характер, заранее неизвестны и задача состоит в их систематизации и определении значимости образованных классов. Каждый из подходов имеет свои дефекты: при первом – априорная концепция исследования применительно к объектам реальной жизни может оказаться нефункциональной, в силу

обязательных теоретических упрощений при анализе; при втором подходе существует вероятность того, что обнаруженный «сгусток» – простая статистическая флуктуация. В силу этого часто применяют совмещение указанных выше подходов, такое совмещение использовано в приведенном ниже анализе регионов.

В экономических публикациях практически отсутствуют аналитические исследования по налогово-бюджетным аспектам пространственной неоднородности (лишь в 1996–1998 годах было проведено исследование при поддержке Института Восток – Запад), в связи с этим была разработана авторская методика по определению «вклада» фискальной среды в региональное развитие на основе 79 субъектов РФ.

Алгоритм анализа включал следующие этапы: 1) с использованием функционального подхода проведена классификация регионов по критерию рыночной сбалансированности региональных параметров спроса и предложения на ВРП; 2) выявлены группы регионов с разными типами взаимоотношений с федеральным центром (по вертикальным фискальным потокам); 3) субъекты РФ систематизированы по фактору влияния фискального поля на региональную несбалансированность, при этом фискальное поле разделено на внешнее «экзогенное», отражающее воздействие на регион федерального центра и внутреннее «эндогенное», определяемое налогово-бюджетным потенциалом самого региона.

На первом этапе проведена классификация региональных ситуаций по критерию соотношения спроса и предложения на ВРП, соответственно результаты интерпретированы в координатах состояния избыточности спроса или его недостаточности по отношению к региональному продукту. С этой целью определена поэлементная структура и суммарная величина регионального спроса, компонентами которого приняты: фактическое конечное потребление домашних хозяйств субъекта РФ, объем валовых инвестиций в основной капитал, расходы консолидированного бюджета региона, чистый экспорт региона³. С помощью кластерного анализа выявлены две группы регионов, отличающиеся тем, что в одной – региональный спрос больше ВРП, а в другой региональный спрос меньше ВРП. В данном случае, теоретическая концепция функционального подхода, используемая в микро- и макроэкономике применена к эмпирическим данным мезоуровня национальной экономики России. Авторы учитывают сложность проекции теоретической конструкции на реальные процессы, которая состоит, особенно в той части, с представлением региона как открытой системы. Существующий уровень статистики не позволяет учесть межтерриториальный ввоз и вывоз, в силу этого результаты расчетов аналитически не абсолютизируются, но достижение статистической прозрачности и расширение отчетности по межре-

Региональная экономика

гиональным потокам товаров и услуг позволило бы повысить в перспективе достоверность исследований и предложения. Сопоставление спроса на ВРП позволило выявить два типа ситуаций⁴, представленных в табл. 1.

Ситуация избыточности спроса может быть связана как с компонентами спроса со стороны негосударственных секторов экономики, так и с емкостью спроса со стороны государственного сектора, величина которого прямо зависит не только от собственной доходной базы, но и от безвозмездных перечислений центра.

Второй этап анализа включал оценку вертикальных фискальных потоков, то есть сложившейся системы взаимоотношений федерального центра и регионов. В связи с этим рассчитан коэффициент возвратности, который в «узком» варианте имеет вид⁵:

$$K_B = \frac{\Phi П}{T},$$

где $\Phi П$ – финансовая помощь, представленная в виде суммы безвозмездных перечислений, полученных из федерального бюджета в бюджет субъекта РФ по разным каналам; T – суммарные налоговые доходы, собранные на территории и переданные в федеральный бюджет (исходя из формата статистической отчетности, рассчитывались как разница между общими поступлениями налогов в бюджетную систему РФ и налоговыми доходами консолидированных бюджетов субъектов РФ, что позволило выделить федеральную долю.)

Финансовые потоки центра, направленные на регион в виде безвозмездных поступлений по каждому субъекту РФ, выделены по данным приложений Федерального бюджета и включали агрегирование перечислений в следующих формах:

а) дотации на выравнивание уровня бюджетной обеспеченности субъектов Российской Феде-

рации из Федерального фонда финансовой поддержки субъектов Российской Федерации;

б) средства Федерального фонда регионального развития;

в) субвенции бюджетам субъектов Российской Федерации из Федерального фонда компенсаций;

г) субсидии на частичное возмещение расходов бюджетов субъектов Российской Федерации из Федерального фонда софинансирования социальных расходов.

Полученные значения коэффициента возвратности ($K_B > 1$ или $K_B < 1$) количественно характеризуют сальдо финансовых потоков между центром и регионами и дают первое общее представление о типе фискальной среды или влиянии федерального налогово-бюджетного компонента на развитие регионов⁷ (табл. 2).

Обратим внимание на большую группу регионов ($K_B < 1$), не все из которых являются достаточными по доходной базе.

Коэффициент возвратности в широком варианте отражает итоговую фискальную активность федерального центра как отношение суммарных программных, непрограммных расходов и межбюджетных трансфертов на регион к налоговым изъятиям⁸. В результате по совокупности фискальных потоков, главным образом по сальдо (положительное свидетельствует о том, что на территорию расходов осуществлено больше, чем изъятий; отрицательное – наоборот), можно определить тип воздействия на региональный ВРП – тормозящее, усиливающее или нейтральное. Отрицательный знак суммарных фискальных потоков теоретически создает ситуацию ограничительного спросового эффекта со стороны государства, а положительный знак означает, что центр стимулирует экономику региона, увеличивает емкость спроса на региональный продукт.

Таблица 1

Классификация регионов по критерию рыночной сбалансированности

Значение показателя	Субъекты РФ
Региональный спрос больше ВРП (63 субъекта)	Орловская обл., республика Коми, Архангельская обл., г. Санкт-Петербург, Нижегородская обл., Тверская обл., Амурская обл., Курская обл., Вологодская обл., Саратовская обл., республика Мордовия, Псковская обл., Мурманская обл., Красноярский край, Челябинская обл., Еврейская автономная обл., Ленинградская обл., республика Тыва, Воронежская обл., республика Карелия, республика Бурятия, Ивановская обл., Чувашская республика, Пермский край, Новгородская обл., Волгоградская обл., Новосибирская обл., Камчатская обл., Липецкая обл., Хабаровский край, Тамбовская обл., Иркутская обл., Смоленская обл., Сахалинская обл., Брянская обл., Свердловская обл., Алтайский край, Ульяновская обл., Курганская обл., Читинская обл., Ростовская обл., Самарская обл., Тульская обл., республика Татарстан, республика Северная Осетия – Алания, республика Марий Эл, республика Калмыкия, Краснодарский край, республика Адыгея, Кировская обл., Республика Алтай, Пензенская обл., республика Башкортостан, Кемеровская обл., Кабардино-Балкарская Республика, республика Саха (Якутия), Карачаево-Черкесская республика, Республика Хакасия, Ставропольский край, Астраханская обл., Магаданская обл., республика Дагестан, республика Ингушетия
Региональный спрос меньше ВРП (16 субъектов)	Калининградская обл., Калужская обл., Приморский край, Белгородская обл., Удмуртская Республика, Оренбургская обл., г. Москва, Ярославская обл., Московская обл., Владимирская обл., Чукотский а.о., Томская обл., Омская обл., Рязанская обл., Тюменская обл., Костромская обл.

Безусловно, авторы не догматизируют значение коэффициента возвратности и не требуют достижения его единичной величины в пространственном разрезе, поскольку в России, как в федеративном государстве, присутствуют и территориально и нетерриториально-привязанные расходы (оборона, международная деятельность, обслуживание государственного долга, ряд общеуправленческих расходов). Речь идет о соблюдении принципа экономического федерализма, фискальное поле (границы которого на теоретическом уровне определены) не должно быть ограничительным, сдерживающим производственные возможности регионов. Соответственно, политика центра должна варьировать налогово-бюджетными и межбюджетными инструментами, не допуская фискальных потерь спроса⁹.

Авторы осознают усеченность версии расчета «узкого» варианта коэффициента возвратности, поскольку не включены прямые расходы про-

граммного и непрограммного характера из федерального бюджета, а также сальдо по внебюджетным фондам. Но такая информация (соответственно статистические показатели отчетности) в территориальном разрезе по каналам федеральной службы государственной статистики отсутствует.

Третий этап исследования связан с углубленной оценкой фискальной среды регионов, стремлением определить влияние федерального фискального компонента на рыночную несбалансированность. Кластеризация регионов проведена одновременно и по критерию функциональной рыночной несбалансированности (первый этап), и по критерию влияния федерального фискального компонента (второй этап), логика анализа представлена на рис. 1.

В результате выявлены четыре группы регионов, представленные матрицей табл. 3. Нумерация региональных групп определяется содержательными аспектами анализа, а не удобством нагляд-

Таблица 2

Классификация регионов по критерию влияния федерального фискального компонента

Значение показателя	Субъекты РФ
Кв<1 (53 субъекта)	Республика Тыва, Республика Карелия, Чукотский а.о., Архангельская обл., Республика Хакасия, Еврейская автономная обл., Сахалинская обл., Тюменская обл., г. Москва, Республика Татарстан, Самарская обл., Республика Коми, Оренбургская обл., Томская обл., Республика Башкортостан, Удмуртская Республика, г. Санкт-Петербург, Ленинградская обл., Пермский край, Ярославская обл., Вологодская обл., Магаданская обл., Калининградская обл., Астраханская обл., Свердловская обл., Московская обл., Нижегородская обл., Челябинская обл., Волгоградская обл., Красноярский край, Рязанская обл., Саратовская обл., Кемеровская обл., Новосибирская обл., Белгородская обл., Краснодарский край, Омская обл., Калужская обл., Иркутская обл., Ульяновская обл., Хабаровский край, Смоленская обл., Курская обл., Владимирская обл., Воронежская обл., Орловская обл., Чувашская Республика, Ростовская обл., Мурманская обл., Республика Мордовия, Республика Калмыкия, Тверская обл., Ставропольский край
Кв>1 (26 субъекта)	Приморский край, Липецкая обл., Брянская обл., Костромская обл., Пензенская обл., Республика Северная Осетия-Алания, Кировская обл., Тульская обл., Тамбовская обл., Новгородская обл., Республика Бурятия, Республика Алтай, Камчатская обл., Ивановская обл., Республика Саха (Якутия), Республика Марий Эл, Курганская обл., Псковская обл., Читинская обл., Карачаево-Черкесская Республика, Алтайский край, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Дагестан, Республика Адыгея, Амурская обл., Республика Ингушетия

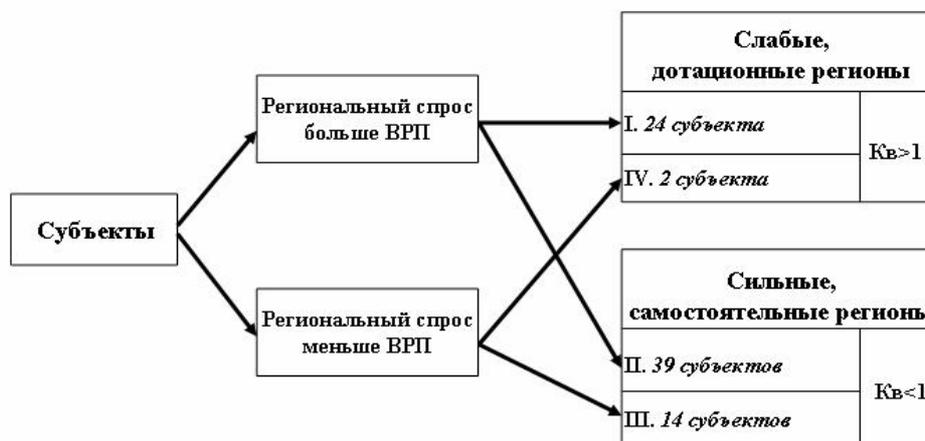


Рис. 1. Схема двухфакторного анализа

Таблица 3

Группировка регионов по критерию рыночной сбалансированности и влиянию федерального компонента

	Рыночный компонент		
	Региональный спрос больше ВРП	Региональный спрос меньше ВРП	
Влияние федерального компонента	Кв>1	Липецкая обл., Брянская обл., Пензенская обл., Республика Северная Осетия – Алания, Кировская обл., Тульская обл., Тамбовская обл., Новгородская обл., Республика Бурятия, Республика Алтай, Камчатская обл., Ивановская обл., Республика Саха (Якутия), Республика Марий Эл, Курганская обл., Псковская обл., Читинская обл., Карачаево-Черкесская республика, Алтайский край, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Дагестан, Республика Адыгея, Амурская обл., Республика Ингушетия 24 субъекта – I группа	Приморский край, Костромская обл. 2 субъекта – IV группа
	Кв<1	Орловская обл., Республика Тыва, Республика Карелия, Архангельская обл., Республика Хакасия, Еврейская автономная обл., Сахалинская обл., Республика Татарстан, Самарская обл., Республика Коми, Республика Башкортостан, г. Санкт-Петербург, Ленинградская обл., Пермский край, Вологодская обл., Магаданская обл., Астраханская обл., Свердловская обл., Нижегородская обл., Челябинская обл., Волгоградская обл., Красноярский край, Саратовская обл., Кемеровская обл., Новосибирская обл., Краснодарский край, Иркутская обл., Ульяновская обл., Хабаровский край, Смоленская обл., Курская обл., Воронежская обл., Чувашская Республика, Ростовская обл., Мурманская обл., Республика Мордовия, Республика Калмыкия, Тверская обл., Ставропольский край 39 субъектов – II группа	Калининградская обл., Чукотский а.о., Тюменская обл., г. Москва, Оренбургская обл., Томская обл., Удмуртская Республика, Ярославская обл., Московская обл., Рязанская обл., Белгородская обл., Омская обл., Калужская обл., Владимирская обл. 14 субъектов – III группа

ной формализации результатов исследования.

К первой группе отнесены 24 региона. Региональный спрос превышает ВРП, коэффициент возвратности больше единицы. Сектор отличается высокой фискальной помощью, благодаря чему поддерживается значительный спрос на региональный продукт. Низкий уровень производственных возможностей накачиванием текущего спроса со стороны государства невозможно изменить в рамках сложившейся структуры экономики: очевидным является необходимость увеличения инвестиционных расходов, предпринимательского сектора или капитальных расходов государства.

Во вторую группу входят 39 развитых регионов, $K_v < 1$, а региональные расходы имеют высокий уровень. Достаточно сильные регионы, что подтверждается емкостью потребительских и инвестиционных расходов, доля которых в региональном спросе на ВРП имеет среднее по РФ значение (52 %) (более половины регионов характеризуются тем, что потребительские расходы превышают среднее значение по РФ; доля инвестиционных расходов также несколько выше среднего по РФ уровня – 22 %, при 21 % в среднем по РФ). В то же время низкое значение коэффициента возвратности позволяет судить о финансовой независимости регионов, соответственно, спросовые

стимулы могли быть больше в случае повышения коэффициента возвратности, что при позитивном инвестиционном факторе способно придать дополнительное ускорение регионам. Теоретически такая ситуация для регионов с позиции сложившихся налогово-бюджетных отношений с центром содержит «потенциал» отрицательного фискального поля.

Третья группа включает 14 регионов. Небольшие или средние по численности населения и экономическому потенциалу регионы в целом по динамике социально-экономических показателей считаются благополучными. При этом региональный спрос меньше ВРП. В такой ситуации (при коэффициенте возвратности меньше единицы) федеральные фискальные поступления могли бы обеспечить спросовые стимулы, которые недостаточны либо по объективным причинам производственных возможностей регионов, либо (что более вероятно) в силу неоптимальности налогово-бюджетных потоков (изъятия налогов с территорий создает фискальный «тормоз», не смягчаемый ограниченным объемом бюджетных трансфертов).

И четвертая, самая малочисленная группа представлена 2 регионами, которые получают больше трансфертов из центра, чем передают собранных на территории налоговых доходов вслед-

стве низкого уровня потенциала реального сектора. Таким образом, наиболее многочисленными являются I и II группа.

Графически распределение регионов по двум критериям представлено на рис. 2.

Возможность негативного влияния фискального поля по отношению к регионам потребовала уточнения его природы. В федеративном государстве, которым является Россия, фискальное поле может быть связано как с внутренней налогово-бюджетной ситуацией региона (уровнем расходов и доходов консолидированного бюджета, налогово-бюджетным потенциалом, отличием в стоимости и количестве бюджетных услуг), так и с финансовыми взаимоотношениями с центром. С целью расширения исследования фискальной среды регионов и необходимостью структурирования механизма её влияния проведена детализация фискальной среды по источникам генерации, в связи с чем разграничены экзогенные (внешние) и эндогенные (внутренние) факторы. Каждая группа факторов представлена показателями, позволяющими количественно определить концентрацию налогово-бюджетных проблем: либо проблемы связаны с влиянием центра, либо с фискальными проблемами региона.

Условно показатели, характеризующие фискальную среду регионов, сведены в табл. 4.

Индекс бюджетных расходов и индекс налогового потенциала не являются статистическими данными и используются при расчете трансфертов из Федерального Фонда Финансовой Поддержки Регионов, в целях горизонтального выравнивания бюджетной обеспеченности территорий¹².

С целью приведения показателей к сопоставимому виду использован метод стандартизации коэффициентов, в связи с чем: 1) все показатели приведены к единой направленности по воздействию на экономику региона, для этого коэффициент возвратности и показатель отношения межбюджетных трансфертов к ВРП были пересчитаны возведением в минус первую степень; 2) каждый показатель в разрезе регионов стандартизирован¹³.

По результатам третьего этапа была проведена кластеризация регионов, результаты агрегированного анализа представлены матрицей субъектов РФ, каждый из которых позиционирован в координатах «рыночных» и «фискальных» компонентов (табл. 5).

Таким образом, разработанная методика поэтапной идентификации фискальной среды регионов на основе кластерного анализа, позволила авторам выявить типы регионов и классифицировать сложившиеся фискальные условия в разрезе субъектов РФ (табл. 6).

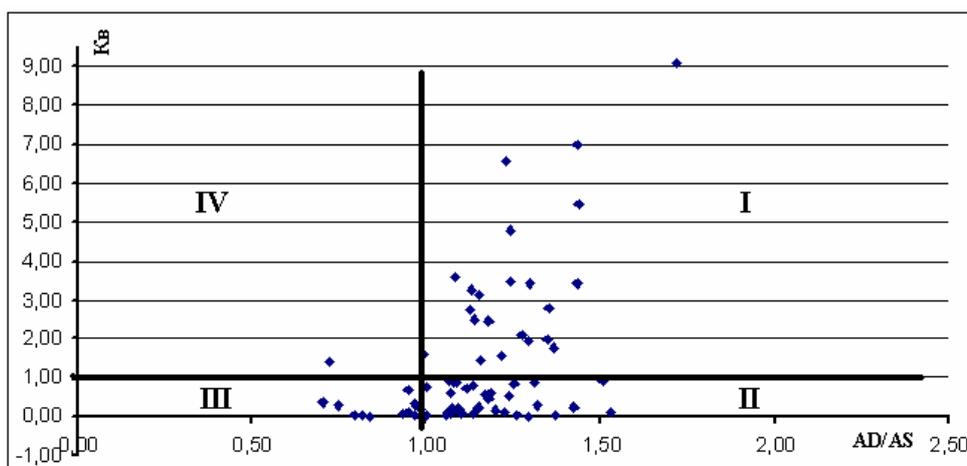


Рис. 2. Пространственная иллюстрация распределения регионов¹⁰

Таблица 4

Экзогенные и эндогенные показатели фискальной среды

Экзогенные показатели		Эндогенные показатели	
Коэффициенты	Характеристика	Коэффициенты	Характеристика
Коэффициент возвратности	Сальдо вертикальных фискальных потоков	Индекс бюджетных расходов (ИБР)	Отличие в ценах и объемах территории по бюджетным услугам
Доля налогов к ВРП	Налоговая нагрузка на региональную экономику	Индекс налогового потенциала (ИНП) ¹¹	Уровень достаточности собственной налоговой базы
Доля финансовой помощи (МБТ) к ВРП	Вклад федерального центра в обеспечение регионального спроса	Отношение доходов консолидированного бюджета субъекта РФ к ВРП	Доходная база для реализации региональной бюджетной политики

Таблица 5
Классификация субъектов РФ по степени неравномерности фискальной среды

Кластер	Тип региона по фискальным условиям	Региональный спрос больше/меньше ВРП	Кв	Фискальная ситуация по экзогенным причинам	Фискальная ситуация по эндогенным причинам	Характеристика	Регионы
I	Регионы-«локомотивы»	В 86 % регионов AD<AS	Во всех регионах Кв<1,0	В 72 % регионов значения среднего по РФ	Во всех регионах значения выше среднего по РФ	Сильные, самостоятельные регионы с высоким потенциалом роста. Необходимо государственное стимулирование регионального спроса	Белгородская обл.; Калужская обл.; Московская обл.; Ярославская обл.; г. Москва; Калининградская обл.; г. Санкт-Петербург
II	«Опорные» регионы	Во всех регионах AD>AS	В 70 % регионов Кв < 1,0	В 70 % регионов значения экзогенного фактора ниже среднего по РФ	Во всех регионах значения выше среднего по РФ	Развитые регионы с высоким внутренним инвестиционным потенциалом, высоким региональным спросом. Наблюдается устойчивое развитие без существенной поддержки центра (при Кв < 1)	Липецкая обл.; Смоленская обл.; Тульская обл.; Республика Калмыкия; Краснодарский край; Ставропольский край; Астраханская обл.; Ростовская обл.; Республика Марий Эл; Республика Татарстан; Кировская обл.; Пензенская обл.; Самарская обл.; Ульяновская обл.; Свердловская обл.; Кемеровская обл.; Новосибирская обл.
III	Регионы – «полуса роста»	В 70 % регионов AD>AS	В 78 % регионов Кв < 1,0	В 75 % регионов значения ниже среднего по РФ	В 85 % регионов значения выше среднего по РФ	Развитые, самостоятельные регионы, с высоким региональным спросом на ВРП и внутренним экономическим потенциалом, обладающие низким инвестиционным риском. Объем инвестиций составляет 23 %, что соответствует среднему значению по РФ. Однако эти регионы больше перечисляют в центр, чем получают (Кв < 1)	Владимирская обл.; Воронежская обл.; Ивановская обл.; Костромская обл.; Курская обл.; Орловская обл.; Рязанская обл.; Тамбовская обл.; Тверская обл.; Вологодская обл.; Ленинградская обл.; Мурманская обл.; Новгородская обл.; Псковская обл.; Волгоградская обл.; Республика Мордовия; Удмуртская Республика; Чувашская Республика; Нижегородская обл.; Оренбургская обл.; Пермский край; Саратовская обл.; Тюменская обл.; Челябинская обл.; Красноярский край; Омская обл.; Приморский край
IV	«Проблемные» регионы	В 87 % регионов AD>AS	В 53 % регионов Кв > 1,0	В 60 % регионов значение экзогенного фактора меньше среднего значения по РФ	Во всех регионах значения ниже среднего по РФ	Слабые регионы, с низким уровнем производственных возможностей и низким внутренним потенциалом развития	Брянская обл.; Республика Карелия; Республика Коми; Республика Адыгея; Кабардино-Балкарская Республика; Республика Северная Осетия-Алания; Курганская обл.; Республика Хакасия; Алтайский край; Иркутская обл.; Томская обл.; Читинская обл.; Хабаровский край; Амурская обл.; Чукотский автономный округ
V	Регионы «особого внимания»	У всех регионов AD>AS	В 71 % регионов Кв > 1,0	В 79 % регионов значения экзогенного фактора выше среднего по РФ	Во всех регионах значения ниже среднего по РФ	Слабые, отстающие регионы, региональный спрос превышает ВРП, низкий производственный потенциал. Высокая дотационность	Архангельская обл.; Республика Дагестан; Карачаево-Черкесская Республика; Республика Алтай; Республика Бурятия; Республика Тыва; Камчатская обл.; Магаданская обл.; Республика Башкортостан*; Республика Саха (Якутия)*; Сахалинская обл.; Еврейская автономная обл.; Республика Ингушетия

* Примечание. Попадание Республики Башкортостан и Республики Саха (Якутия) в V кластер – зону «особого внимания», можно объяснить высокой степенью коэффициента возвратности, это связано с неформальным особым статусом данных территорий и предоставлением значительной ресурсной поддержки. При этом они относятся не самые проблемные регионы, а скорее наоборот.

Таблица 6

Классификация субъектов РФ по типу фискальной среды

Кластер	Тип региона	Характеристика типов фискальной среды
I	Регионы-«локомотивы»	Регионы данной группы попадают в ограничительное фискальное поле, о чем свидетельствует фискальная ситуация по экзогенным и эндогенным факторам, а так же значение $K_v < 1$. При сильном налогово-бюджетном потенциале регионов, низкий спрос на ВВП, и ограниченные потребительские и предпринимательские расходы (показатели налоговых поступлений высокие, что косвенно свидетельствуют о емкости налоговой базы) свидетельствует о наличии ограничительного фискального импульса со стороны центра
II	«Опорные» регионы	В данной группе также наблюдается ситуация ограничительного спросового эффекта на ВВП регионов. Значение $K_v < 1$, что оказывает тормозящее воздействие и в дальнейшем может привести к рестрикции совокупного спроса и падению ВВП
III	Регионы – «полюса роста»	Значение $K_v < 1$, что свидетельствует о потенциально отрицательном фискальном поле, в которое попадают регионы данной группы. Преобладание спроса над ВВП поддерживается в основном за счет высокой доли потребительских расходов и инвестиционного спроса, но спросовые стимулы были бы больше, если бы не отрицательный знак суммарных фискальных потоков
IV	«Проблемные» регионы	В 53 % регионов этой группы $K_v > 1$, это означает, что в данном случае речь идет о нейтральном фискальном поле, в виду того, что значение K_v варьируется около единицы (но K_v не может быть равен единицы). То есть активность государства не оказывает на данную категорию регионов ни стимулирующего, ни ограничительного воздействия
V	Регионы «особого внимания»	Данная группа регионов попадает в положительное фискальное поле, о чем свидетельствуют значения $K_v > 1$, это создает общий сильный фискальный положительный импульс спроса со стороны правительства на территориальный продукт

Проведенный анализ позволил специфицировать фискальную среду как нейтральную, ограничительную или стимулирующую по отношению к региональному развитию и создать основу для рекомендаций федеральным и региональным органам власти по необходимой корректировке налогово-бюджетной политики для устранения причин искусственно усиливающих дивергенцию регионального развития. Разработанная методика позволяет осуществлять мониторинг и создает условия повышения эффективности фискальной политики, национальной экономики и своевременно устранять фискальные причины регионального сепаратизма.

¹ Под фискальной средой понимается ситуация или условия в которые попадают регионы, по причине принимаемого государственным структурами налогово-бюджетного законодательства по территориально направленным расходам и доходам в бюджетную систему РФ.

Данилова И.В. Закономерности пространственного фискального регулирования в институциональной среде. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2004. С. 123–124.

² Представлены отрывки из аналитического доклада Фонда «ИНДЕМ» («Информатика для демократии») «Региональная политика России: адаптация к разнообразию», подготовленного в 2004 г. рабочей группой в составе: Г.А. Сатаров (руководитель группы), С.С. Артоболевский, Н.Ю. Благовещенский, Ю.Н. Благовещенский, К.И. Головщинский, М.А. Краснов, Л.В. Смирнягин (подробнее см.: www.indem.ru).

³ Данные по чистому экспорту во всех доступных источниках представлены в млн. долл. США. Поэтому для

приведения всех данных к единой единице измерения (рублю) значение чистого экспорта пересчитано по среднему курсу ЦБ РФ за текущий год, для этого определялось среднее арифметическое значение курса доллара за год по формуле

$$NX_{руб} = NX_{USD} \times \frac{\sum \text{Курс доллара ЦБРФ}}{\text{Количество дней в году}}$$

⁴ Ситуации, когда региональный спрос не равен ВВП свидетельствуют о наличии несбалансированности региональной рыночной среды, при соотношении регионального спроса больше ВВП ситуация может быть интерпретирована как дефицит производственного сектора, вследствие чего необходима поддержка деловой активности региона; региональный спрос меньше ВВП – необходимо государственное стимулирование регионального спроса для развития экономики региона.

⁵ Широкий вариант предполагает расчет коэффициента возвратности как отношение суммы финансовой помощи и прямых расходов и поступлений из внебюджетных фондов на территорию к налогам и платежам в бюджет и внебюджетные фонды.

⁶ Данилова И.В. Указ. соч. С. 125–126.

⁷ Там же. С. 133–134.

⁸ Такой коэффициент не учитывает взаимоотношений с государственными внебюджетными фондами и связан с распределением бюджетных средств.

⁹ Данилова И.В. Указ. соч. С.129–130.

¹⁰ При построении графика не была учтена Республика Ингушетия, так как у данного региона слишком большой $K_v=243,87$, а так же Тюменская область и Чукотский автономный округ, значение коэффициента возвратности у которых отрицательное $-0,02$ и $-11,4$ соответственно.

¹¹ Где индекс налогового потенциала (ИНП) – относительная (по сравнению со средним по РФ уровнем) оценка налоговых доходов консолидированного бюджета

та субъекта РФ, определяемая с учетом уровня развития и структуры экономики субъекта Федерации.

А индекс бюджетных расходов (ИБР) – показывает относительную (по сравнению со средним по РФ уровнем) оценку расходов консолидированного бюджета субъекта РФ по предоставлению одинакового объема бюджетных услуг в расчете на душу населения, определяемая с учетом объективных региональных факторов и условий. Показатели ИННП и ИБР применяются для сопоставления уровней расчетной бюджетной обеспеченности субъектов РФ.

¹² Источниками данных для указанных коэффициентов являются Приложения к Федеральному бюджету и официальный сайт <http://www.minfin.ru/ru/budget/regions/mb/mb2007/>.

¹³ Определено минимальное значение по регионам; определена разница между конкретным показателем и минимальным значением; затем найдено отношение разницы значения и максимального значения по группе; определено среднее значение для каждой группы показателей (как ЭКЗО, так и ЭНДО).

Поступила в редакцию 22 июня 2009 г.

Данилова Ирина Валентиновна. Доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономическая теория и мировая экономика» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – институциональные проблемы налогово-бюджетного регулирования развитых и переходных стран. Контактный телефон: 89193394349.

Irina Valentinovna Danilova. Doctor of Economics, professor of the Economic Theory and World Economics department, South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: institutional problems of tax-budget regulating in mature and transitional economies. Contact phone: 0079193394349

Баженова Елена Вадимовна. Ассистент кафедры «Экономическая теория и мировая экономика» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – фискальные (налогово-бюджетные) проблемы региональной и национальной экономики. Контактный телефон: 8902 6129600

Elena Vadimovna Bazhenova. Post-graduate student of intramural course of Economics, assistant at the Economic Theory and World Economics department, South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: fiscal (tax-budgetary) problems of regional and national economy. Contact phone: 007902 6129600

E-mail: Tea-74@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ НОВЫХ ФОРМ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИМИ СУБЪЕКТАМИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА)

И.Ю. Окольнишникова, В.М. Каточков

Статья посвящена исследованию проблем и перспектив формирования и развития новых форм организации и управления хозяйствующими субъектами (на примере государственно-частного партнерства). Авторами обоснована необходимость внедрения государственно-частного партнерства как современного механизма организации предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов, позволяющей эффективно решать системные проблемы экономики регионов. Рассмотрены возможные формы государственно-частного партнерства, а также предложен механизм их регулирования на региональном уровне.

Ключевые слова: организация и управление хозяйствующими субъектами, организация предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов, государственно-частное партнерство.

Основными задачами мировой и российской систем здравоохранения являются улучшение демографической ситуации и здоровья наций, формирование социальной стабильности в обществе, повышение качества медицинского обслуживания и снижение государственных расходов на здравоохранение. Для решения этих задач во всем мире проводится реформирование действующих систем здравоохранения, включающее развитие медицинских служб, внедрение программ обеспечения населения лекарственными средствами, повышение технологического уровня медицинских учреждений и т. п. На эти цели в мире ежегодно тратится более 3600 миллиардов долларов [5].

При анализе экономических особенностей реформирования систем здравоохранения можно выделить следующие ключевые направления:

– поиск оптимальной роли государства как поставщика медицинских услуг в системе здравоохранения;

– снижение высоких государственных расходов на систему здравоохранения, в том числе через развитие всех видов медицинского страхования.

Эффективная реализация данных направлений возможна через внедрение механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП), что особенно актуально в условиях мирового финансового кризиса. Опыт развитых стран мира свидетельствует, что государственно-частное партнерство в здравоохранении, как и в других секторах социальной сферы, эффективно в тех случаях, когда государство самостоятельно не может решить системные проблемы, прежде всего, по финансовым причинам, а возможности рыночных механизмов для привлечения бизнеса ограничены. Объединение усилий государства и бизнеса дает возможность реализации ключевых проектов реформи-

рования здравоохранения, способных значительно улучшить ситуацию с учетом интересов всех участников.

Интерес к государственно-частному партнерству в различных отраслях экономики и предпринимательской деятельности возник достаточно давно. Известно, например, что первая постройка канала по концессионному принципу во Франции датируется 1552 годом. ГЧП в виде концессий активно использовалось многими странами, в том числе и Россией, на рубеже XIX–XX веков при строительстве железных дорог и в других крупных проектах.

Мощный виток интереса к ГЧП наблюдался в 90-е годы XX века в Великобритании. Именно в это время начала развиваться британская форма ГЧП – «частная финансовая инициатива» (Private Financing Initiative, PFI), подразумевавшая привлечение инвестиций бизнес-структур для строительства крупных государственных объектов с последующей компенсацией расходов либо за счет получения бизнесом доходов от эксплуатации, либо за счет перечисления бюджетных средств. Во многих случаях инвестор после постройки и введения объекта в действие, привлекался к его дальнейшей эксплуатации и организации деятельности, вплоть до найма персонала [2].

В настоящее время объектами частной финансовой инициативы как формы ГЧП в Великобритании выступают объекты инфраструктуры, школы, больницы и т. д. [3]. Их общая стоимость в течение последних 10 лет составляет 24 млрд £, а в течение следующих 3-х лет планируется реализовать проекты на общую сумму 12 млрд £. Ежегодно заключается до 80 новых соглашений. По данным британского правительства, такие проекты обеспечивают 17 % экономии для бюджета страны [8].

Таким образом, зарубежный опыт свидетельствует, что государственно-частное партнерство является одной из наиболее удачных альтернатив приватизации объектов государственной собственности и рассматривается как одно из важных условий развития эффективной рыночной экономики, дающих объективные преимущества всем участникам процесса – государству, бизнес-структурам, обществу.

Для деловых кругов участие в ГЧП дает возможность доступа к традиционно государственным сферам экономики, получение государственной поддержки и участия, долговременного размещения инвестиций под устраивающие гарантии, выбор наиболее выгодных проектов и т. д.

Привлекательность ГЧП для государственных структур определяется возможностью решения системных проблем развития экономики, повышения эффективности проектов за счет участия в них частного бизнеса, снижения бюджетных затрат, увеличения поступлений от налогов и других выплат в бюджет. Важно также общее повышение инвестиционной и инновационной активности страны, укрепление социальной стабильности регионов, уровня конкуренции на отраслевых рынках и возможность разделить риски по проекту, переложив часть из них на бизнес-партнеров.

На международной конференции под эгидой ОЭСР в Москве были выделены базовые признаки, характерные для ГЧП в плане экономического взаимодействия. Согласно им, стороны должны иметь общие цели и четко определенный государственный интерес, объединять свои вклады, распределять расходы и риски, участвовать в использовании полученных результатов для достижения этих целей, а также фиксировать свои партнерские, равноправные взаимоотношения в официальных документах [9]. Эти признаки, по нашему мнению, присущи государственно-частному партнерству во всех отраслях отечественной экономики, и, в частности, в здравоохранении.

В медицинской сфере интеграция усилий государства и бизнеса позволит обеспечить приток в здравоохранение частных инвестиций, управленческого капитала, рационализировать структуру экономики отрасли и, тем самым, решить первоочередные задачи по обеспечению населения качественной медицинской помощью.

В настоящее время ГЧП как эффективная форма сотрудничества государственных и частных структур в области здравоохранения наибольшее распространение получило в Великобритании, Канаде и Австралии. Существует большой опыт его организации в Европе. В Швеции государство активно привлекает к обслуживанию населения частных поставщиков медицинской помощи. В Великобритании действует система предоставления права пациентам лечиться в частных клиниках, если государственные медицинские учреждения не в состоянии обеспечить им необходимую

помощь. В этом случае государство берет на себя обязательство по оплате расходов пациентов на частные медицинские услуги [1]. В Германии доля частных лечебно-профилактических учреждений за последние 10 лет увеличилась в 5 раз и составляет более 20 %. В результате на фоне снижения государственных расходов уровень системы здравоохранения остается высоким [2]. С нашей точки зрения, данные механизмы полностью применимы и в отечественном здравоохранении.

Перспективной областью применения ГЧП являются, прежде всего, комплексные проблемы в сфере здравоохранения, требующие разностороннего подхода – создания ресурсной базы, инфраструктуры, обучения персонала, лекарственного обеспечения и т. п. Это разработка и внедрение социально-значимого медицинского продукта, имеющего первоочередное значение для здоровья общества – создание новых вакцин против инфекционных болезней, вакцин против СПИДа, методов и средств лечения и профилактики онкологических заболеваний и т. п. [6].

Среди сфер здравоохранения, которые активно используют ГЧП во всем мире, – улучшение доступа к медицинской помощи, необходимым лекарственным препаратам, снижение уровня заболеваемости, искоренение условий распространения заболеваний и т. д. Данное направление в большинстве случаев разрабатывается посредством организации международных ГЧП, в которые входят министерства здравоохранения, бизнес-структуры, общественные организации и частные лица. Примерами такого сотрудничества являются Всемирный Альянс по борьбе с Лимфатическим Филяриозом, Всемирный Альянс по Вакцинации и Иммунизации (GAVI), Африканское Партнерство по Малярии и т. д. [7].

Важным направлением ГЧП является обеспечение качества медицинской помощи. К примеру, международная Конференция по Согласованию технических требований регистрации фармакологической продукции для нужд человека (ICH) представляет собой ГЧП, объединяющее регулирующие органы и производителей в качестве партнеров при обсуждении научных и технических сторон процедуры тестирования с целью обеспечения доступности, безопасности, качества и эффективности медицинских препаратов. В перечисленных направлениях, по нашему мнению, должна активно участвовать и российская сторона.

Нельзя утверждать, что для российской медицины тема реализации государственно-частного партнерства абсолютно нова. Без организационного альянса между государством и бизнесом в различных формах действующая система государственного и муниципального здравоохранения не смогла бы решать поставленные перед ней задачи. Производство и поставка на медицинский рынок лекарств, оборудования, продуктов питания, мягкого и твердого инвентаря, выполнение работ по

проведению капитального и текущего ремонта, оказание услуг связи и многое другое осуществляется частными предприятиями. Тем самым, частно-государственное партнерство в здравоохранении уже составляет основу обеспечения необходимых условий функционирования отрасли.

Тем не менее, рассматривать ГЧП в здравоохранении исключительно с описанных выше позиций нельзя, так как это значительно сужает интересы всех участников процесса – и государства, и бизнес-структур, и собственно потребителей медицинских услуг. Учитывая многообразие и специфику взаимных интересов государства и бизнеса в вопросах охраны здоровья населения, целесообразно, вслед за автором [3], сегментировать политику в данном вопросе по следующим направлениям:

- государственно-частное партнерство в практическом здравоохранении;
- государственно-частное партнерство в развитии медицинских инноваций;
- государственно-частное партнерство в медицинском образовании;
- государственно-частное партнерство в развитии медицинской промышленности и фармацевтического производства и обеспечения.

По каждому из указанных направлений необходимо сформировать перечень приоритетных мероприятий, реализация которых необходима в самое ближайшее время. В рамках данной статьи рассмотрим одно из перечисленных возможных направлений реализации ГЧП – государственно-частное партнерство в практическом здравоохранении.

Рынок медицинских услуг имеет ряд существенных особенностей. Одной из его ключевых характеристик является выраженный приоритет интересов потребителей медицинских услуг над интересами их производителей. В связи с этим цель и основные задачи государственно-частного партнерства не могут определяться лишь на основе представлений о структуре и функции института саморегулирования товарно-сырьевых рынков.

Основной целью ГЧП в здравоохранении является, по нашему мнению, повышение качества и объемов медико-профилактической помощи и, тем самым, улучшение демографической ситуации. Для решения этой задачи необходимо стимулировать развитие государственно-частного партнерства в реализации крупномасштабных проектов по следующим направлениям:

- увеличение объемов оказания высокотехнологичной медицинской помощи (ВМП);
- развитие различных видов медицинского страхования;
- обеспечение эпидемиологического благополучия;
- совершенствование медицинской профилактики, гигиеническое воспитание населения и формирование здорового образа жизни;

– обеспечение обслуживающих медицинскую отрасль процессов.

Рассмотрим данные направления подробнее.

Увеличение объемов оказания высокотехнологичной медицинской помощи населению должно, по нашему мнению, выражаться в реализации проектов ГЧП по введению в действие и дальнейшему обслуживанию современных медицинских центров, служб переливания крови, диагностических, перинатальных, кардиологических, онкологических и других клиник повышенной общественной значимости. Целесообразно развивать ГЧП и в сфере информационных технологий обеспечения лечебно-диагностического процесса. Потребности населения в указанной помощи удовлетворяются пока далеко не в полном объеме.

В работе [3] определены факторы привлекательности данной сферы в плане сотрудничества бизнеса и государства:

- высокая ресурсоемкость;
- необходимость и целесообразность относительно пролонгированного взаимодействия (разработка технического проекта; поставка и монтаж дорогостоящего оборудования; гарантийное и постгарантийное обслуживание; обеспечение расходными материалами; поставка нового оборудования, технологически сочетаемого с ранее приобретенным, и т. д.);
- формирование системы непрерывного повышения квалификации медицинских кадров;
- заинтересованность в коммерциализации результатов научных исследований и, как следствие, в их быстром внедрении.

Важной проблемой остается обеспечение доступа частных медицинских учреждений к программам оказания высокотехнологичной медицинской помощи. В настоящее время программа ВМП осуществляется ведомственными учреждениями и финансируется по сметному принципу. Вместе с тем, есть хорошо оснащенные частные клиники, которые практически полностью отстранены от участия в программах ВМП, однако могли бы резко увеличить предложение по оказанию медицинских услуг.

Необходимо отменить существующие до настоящего времени законодательные ограничения на оказание частными лечебно-профилактическими учреждениями многих видов медицинских услуг. В настоящее время негосударственные учреждения здравоохранения ограничены в оказании услуг скорой помощи, лечении алкоголизма, наркомании, стерилизации, некоторых видах педиатрической помощи и т. п.

Кроме того, важным является, по нашему мнению, государственно-частное партнерство в создании и внедрении инновационных медицинских технологий. Для их внедрения и реализации важна соответствующая квалификация медицинского персонала. Ее необходимо постоянно повышать, создав систему подготовки и переподготовки

ки кадров, проведения стажировок в ведущих мировых клиниках, создания обучающих центров с привлечением зарубежных специалистов для чтения лекций. Это направление также должно, по нашему мнению, передаваться бизнес-структурам на принципах ГЧП.

Важным направлением реализации ГЧП является развитие различных видов медицинского страхования. Речь идет, прежде всего, о полноценном включении негосударственных учреждений здравоохранения в систему обязательного медицинского страхования (ОМС) во всех сферах здравоохранения, в том числе в области амбулаторно-поликлинического обслуживания населения. Это известная и многократно обсуждавшаяся проблема в последнее время начинает решаться [4].

Отметим, что опыт включения в систему обязательного медицинского страхования частных клиник существует во всем мире. Есть позитивные примеры такого рода и в России. Например, опыт Санкт-Петербурга, ассоциация частных медицинских компаний которого успешно работает в системе ОМС более 2-х лет. Подобная форма ГЧП успешно реализуется на территории Томской области, причем в программе ОМС участвует не менее 10 частных учреждений здравоохранения.

Отметим, что частные медицинские учреждения, несмотря на не очень выгодно низкие тарифы, заинтересованы в работе в системе ОМС. Это во многом связано с формирующимся спросом пациентов, которые в последнее время начали активно интересоваться возможностями обязательного и добровольного медицинского страхования. Ситуацию может существенно улучшить принятие реальных тарифов на медицинские услуги в системе ОМС, которые бы учитывали использование современных технологий и оборудования.

Есть заинтересованность в сотрудничестве с частными клиниками, включенными в систему ОМС, и у страховых компаний. Для страховщиков такая ситуация выгодна, так как в случае, если страховая компания имеет собственный медицинский центр или клинику, формируется более качественный и комфортный уровень обслуживания пациентов. Несмотря на сказанное, включение медицинских учреждений всех типов и видов в систему ОМС по-прежнему остается большим вопросом.

Важным направлением внедрения механизмов ГЧП является совершенствование медицинской профилактики, гигиеническое воспитание населения и формирование здорового образа жизни. Оно должно быть, по нашему мнению, направлено на дальнейшее развитие профилактического звена регионального здравоохранения путем расширения за счет проектов ГЧП уже существующей инфраструктуры и профилактики инфекционной заболеваемости гриппом, краснухой, туберкулезом, дифтерией, коклюшем, столбняком и т. д.

Кроме того, возможной формой ГЧП является создание государством совместно с бизнес-струк-

турами так называемых Служб здоровья, которые могут обеспечить существенное повышение качества и доступности медико-профилактической помощи. В таких службах необходимо, по нашему мнению, сосредоточить систему средств воздействия на население, направленную на повышение уровня знаний, информированности и практических навыков в области здоровья, соблюдение рекомендаций врача для повышения качества жизни, сохранения трудоспособности и активного долголетия.

Основными функциями Служб здоровья должны стать:

- комплексное информирование населения по вопросам здорового образа жизни;
- проведение коммуникационных кампаний, направленных на пропаганду здорового образа жизни;
- мониторинг факторов риска развития социально значимых болезней;
- обучение врачей и работников образования методам мотивирования населения по вопросам здорового образа жизни.

Ключевыми бизнес-структурами, участвующими в реализации проектов Служб здоровья, должны, по нашему мнению, стать средства массовой информации. Их роль заключается в организации тематических телепрограмм, радиопередач, публикаций статей в прессе, проведении массовых профилактических акций, производстве и размещении социальной рекламы и т. д.

Еще одним направлением реализации государственно-частного партнерства являются обслуживающие медицинскую отрасль процессы. К ним относятся:

- сбор, переработка и утилизация медицинских отходов;
- ремонт и обслуживание медицинской техники;
- обеспечение лекарственными препаратами;
- предоставление автотранспортных услуг и т. д.

Важной проблемой является создание и введение в действие предприятий, обеспечивающих сбор, переработку и утилизацию медицинских отходов. Создание подобных структурных подразделений в каждом медицинском учреждении высокочрезмерно и чаще всего нецелесообразно. Поэтому необходима либо организация государственных (муниципальных) унитарных предприятий по переработке медицинских отходов, либо создание ГЧП аналогичного профиля.

Значимым направлением реализации партнерства государства и бизнеса являются и обслуживающие медицинскую отрасль процессы – ремонт и обслуживание медицинской техники, обеспечение лекарственными препаратами, предоставление для медицинских учреждений услуг автотранспорта и т. д. Опыт работы в этом направлении у российских учреждений здравоохранения накоплен.

Исторически вначале была осуществлена реорганизация государственных предприятий в государственные унитарные предприятия, которые местами сохранились, а местами были акционированы.

Однозначную оценку этого события произвести сложно. В ряде случаев реорганизация государственных предприятий в частные на фоне отсутствия развитой конкурентной среды привела к сокращению объемов необходимых для здравоохранения услуг, их дефициту и, как следствие, удорожанию и снижению качества. С другой стороны, на высококонкурентном рынке такая реорганизация, напротив, стала инструментом увеличения объемов, спектра и повышения качества услуг для медицинских учреждений.

В настоящее время рассматривается возможность проведения пилотных проектов по государственно-частному партнерству в нескольких регионах России по передаче в концессию государственных клиник, созданию больничных касс, передаче федеральных целевых программ в области здравоохранения в управление частным управляющим компаниям и т. д. [2]. Вместе с тем, перспективы их реализации непонятны из-за неоднозначного отношения к ним органов государственного (муниципального) управления.

По мнению С.Н. Ларина, с которым мы полностью согласны, принципиальная схема взаимодействия участников ГЧП должна иметь следующую ступенчатую структуру:

1. Формирование и выражение инициативы о создании проекта ГЧП государством.

2. Предложения частного бизнеса по реализации выдвинутой инициативы.

3. Согласование существенных условий, а также интересов государства и частного бизнеса в рамках будущего проекта.

4. Закрепление достигнутых договоренностей между государством и бизнес-структурами в контракте.

5. Исполнение сторонами принятых в рамках проекта ГЧП обязательств.

6. Анализ полученных результатов.

7. Разработка новых, более совершенных моделей ГЧП.

8. Формирование новых инициатив со стороны государства [1].

Вместе с тем, описанная схема является оптимальным вариантом реализации механизма ГЧП и в реальности сопряжена с множеством трудностей. Перечислим основные.

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

– отсутствие государственной, национальной концепции поэтапного введения и использования моделей ГЧП, содержащей перспективные для

государства направления развития партнерства в области инновационного развития, комплексного решения проблем здравоохранения, повышения качества жизни населения, образования, дорожного строительства и т. д.;

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

Для системы здравоохранения указанные проблемы еще более актуальны, так как внедрение схем ГЧП является для медицины новым. Если в дорожном хозяйстве, нефтедобывающей отрасли, энергетике и т. д. есть уже сложившаяся практика подобных партнерств и определенное понимание участниками сути явления, то в здравоохранении понимание целей, задач возможностей ГЧП необходимо формировать «с нуля».

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

– отсутствие федерального законодательства о ГЧП, в котором должен быть установлен предмет регулирования, определены национальные подходы к проблеме, прописаны формы и механизмы его реализации в России и устранены нормативно-правовые и административные барьеры [10];

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

– несовершенство ФЗ РФ «О концессионных соглашениях» и, как следствие, серьезные ограничения в его использовании;

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

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

В сфере здравоохранения к указанному комплексу проблем добавляется еще один блок – наличие многочисленных нарушений свободных принципов конкуренции. В интервью начальника Управления контроля социальной сферы и торговли Федеральной антимонопольной службы Т.В. Нижегородцева перечислены 3 типовых вида правонарушений:

1. Полное или частичное ограничение доступа частных лечебно-профилактических учреждений в

систему обязательного медицинского страхования. Эти нарушения квалифицируются ФАС как более грубые.

2. Различное возмещение органами управления здравоохранением стоимости платных услуг государственным и негосударственным медицинским учреждениям (негосударственным лечебно-профилактическим учреждениям возмещаются меньшие суммы).

3. Ущемление прав негосударственных учреждений здравоохранения при выделении квот на оплачиваемые из средств бюджета койко-места. Такой подход вредит организации здравоохранения, так как больницы, сохраняя инертность, не стремятся улучшать качество медицинской помощи и обслуживания пациентов [11].

Блок проблем внедрения ГЧП в здравоохранении связан с препятствиями, которые видят в реализации партнерских проектов бизнес-структуры. Они являются отражением высокой степени недоверия к государству относительно выполнения им своих обязательств. Это высокая вероятность непрогнозируемого секвестра бюджетов уже одобренных проектов, нарушения графиков их финансирования, возможность досрочного расторжения партнерских договоров без достаточных причин и адекватной компенсации затрат инвестора и др.

Кроме того, бизнес озабочен проблемой неравномерности партнерства, наличием субъективизма в принятии решений со стороны государственных органов, отсутствием должной координации проектов с государственными структурами, сложностью бюрократического механизма ГЧП, чрезмерными ожиданиями государства по быстрому возврату инвестиций и т. д. Отдельный блок проблем связан с недостаточной информированностью участников о возможных моделях ГЧП и способах их оптимизации.

Для обеспечения работоспособности государственно-частных партнерств в здравоохранении важно, по нашему мнению, соблюдение следующих условий.

1. Партнерства должны создаваться в соответствии с основными национальными приоритетами, сформулированными в Концепции развития здравоохранения до 2020 года (в ней предусмотрено развитие сектора социальных услуг на принципах ГЧП). Это должны быть ключевые направления развития здравоохранения, которые одновременно имеют большую общественную значимость и являются слишком затратными для государства. Только в этом случае проекты ГЧП будут выгодно дополнять, а не дублировать государственные инициативы.

2. Государственная политика в области государственно-частного партнерства в здравоохранении должна быть динамичной и гибкой, оперативно реагировать на изменения экономической ситуации, конкурентной среды и т. п.

3. Ключевыми критериями привлечения заинтересованных бизнес-структур должны быть: их нацеленность на долгосрочные проекты (так как в коротких проектах применительно к ГЧП в медицине нет смысла), соответствующий уровень компетентности и наличие успешного опыта реализации аналогичных программ.

4. До начала реализации проекта должны быть определены источники финансирования на все время его осуществления.

5. Должна быть организована эффективная инфраструктура управления проектом ГЧП, в том числе в его финансовой части, на все время его реализации.

6. До начала реализации проекта должны быть законодательно определены гарантии для частных инвесторов.

7. Проект должен быть проверен на наличие в регионе аналогичных медицинских центров, так как покупка услуг в уже существующих клиниках зачастую выгоднее для госбюджета, чем строительство нового медицинского центра.

Кроме того, необходимо совершенствование нормативно-правой базы в области ГЧП в здравоохранении. Для решения данной проблемы важно:

- закрепить возможность и формы долговременного сотрудничества учреждений здравоохранения и бизнес-структур, что позволит обеспечить более стабильный и качественный характер реализации проектов ГЧП;

- определить правовые механизмы, стимулирующие приток частных инвестиций в государственное (муниципальное) здравоохранение и обеспечить систему гарантий для инвесторов;

- определить правовые механизмы возникновения новых организационно-правовых форм медицинских учреждений, способных привлекать частные финансовые ресурсы для решения государственных задач;

- разработать и внедрить систему аналитических исследований ГЧП в здравоохранении и программ повышения квалификации кадров в этой области.

Решение перечисленных задач будет способствовать развитию ГЧП в медицине и, как следствие, реализации крупномасштабных затратных общественно значимых проектов, направленных на улучшение здоровья населения.

Литература

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

2. http://www.opec.ru/point_doc.asp?d_no=56613

3. http://www.opec.ru/news_doc.asp?d_no=46747

4. http://medi.az/index.php?option=com_content&task=view&id=103&Itemid=58

5. <http://fbr.info/content/view/714024/140/>
6. <http://rudoctor.net/medicine2009/bz-fw/med-wmjeh.htm>
7. <http://www.anoufrieв.ru/index.php?id=829>
8. <http://ifti.ru/publications/9>

9. <http://ifti.ru/publications/9>
10. <http://www.hse.ru/lingua/en/news/recent/4016069.html>
11. <http://www.anoufrieв.ru/index.php?id=829>

Поступила в редакцию 18 марта 2009 г.

Окольнишникова Ирина Юрьевна. Кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой «Маркетинговые коммуникации», заместитель декана факультета коммерции Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – государственно-частное партнерство в сфере здравоохранения, организация и управление предпринимательской деятельностью на рынке медицинских услуг. Контактный телефон: 8-919-11-555-70. E-mail: okolnishnikova@susu.ac.ru

Okolnishnikova Irina Yurievna. Candidate of Pedagogy, associate professor, Head of the Marketing Communications department, Deputy Dean of the faculty of Commerce, South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: private-public partnership in the sphere of public health service, organization and management of business at the medical service market. Telephone: 007-919-11-555-70. E-mail: okolnishnikova@susu.ac.ru

Каточков Виктор Михайлович. Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика торговли» факультета коммерции Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – экономика и управление в промышленности, коммерческая деятельность промышленных предприятий, логистика. Контактный телефон: 8-919-11-555-10

Katochkov Viktor Mikhailovich. Doctor of Economics, professor, Head of the Trade Economics department of the faculty of Commerce, South Ural State University. Scientific interests: economics and management in industry, commercial activity of industrial enterprises, logistics. Telephone: 007-919-11-555-10

Экономика и финансы

УДК 338.2:364.35 (470)
ББК 65.2/4-1:65.272 (2Рос)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ

М.К. Аристархова, О.К. Зувеева, И.К. Медведев

Проблема пенсионного обеспечения является одной из приоритетных задач государства. Авторами систематизированы взгляды российских ученых, правительства, направленных на совершенствование пенсионной системы, на основе чего разработан механизм финансового взаимодействия между работодателем, работником и негосударственным пенсионным фондом.

Ключевые слова: пенсионная система, пенсия, пенсионное обеспечение.

В настоящее время решение проблемы пенсионного обеспечения являются одной из приоритетных задач государства. Уже на протяжении нескольких лет после пенсионной реформы 2002 года многие эксперты в один голос утверждают о ее неэффективности. Однако говорить так категорично не следует, в связи с тем, что Российская Федерация находится в развивающемся состоянии, и поэтому ей присущи ошибки. Также непонятна точка зрения большинства населения страны, касающаяся того, что любые предпринятые меры должны давать немедленный эффект. Несмотря на то, что пенсионная система России прошла путь в более 100 лет, современной пенсионной системе только около 17 лет, так как в связи с распадом СССР устарела та пенсионная система, которая финансировалась только за счет государства (хотя этот факт опровергается многими экспертами в пользу того, что работники недополучали значительной части зарплаты, которая и служила налогом). А это по сравнению с развитыми государствами очень маленький период. И было бы неправильно, осуществляя форсированные мероприятия, ожидать высокую отдачу. Но в то же время медлить с реформами (когда Россия и так на много лет отстает по развитию от передовых стран) со стороны государства недопустимо. И поэтому один из выходов в сложившейся ситуации состоит в мониторинге эффективности пенсионной реформы и своевременном реагировании на это государством, путем проведения дополнительных реформ.

Из СМИ в последние несколько месяцев не раз было слышно о предстоящей пенсионной реформе, причем точек зрения по этим вопросам множество. Согласно данным журнала «Коммерсантъ» от 28 марта 2008 года «...в мае 2008 года Правительство России может обсудить очередную пенсионную программу...». Согласно мнению главы Минздравсоцразвития Татьяны Голиковой «...Пенсионный фонд РФ может получить новый статус и быть выделен из бюджетной системы при реформе ЕСН и замене его страховыми платежа-

ми...». А в декабре 2008 года на сайте Минздравсоцразвития обнародовано предложение по реформированию пенсионной системы. Многим экспертам предложения Минздравсоцразвития кажутся пока единственным способом завершения пенсионной системы РФ.

Однако реформа пенсионного обеспечения России не должна складываться только из простого преобразования системы, варьирования сумм взносов, а необходим комплекс мер как со стороны государства в виде законов, так и со стороны частного сектора, предприятий в части отклика на преобразование и сотрудничество с государством.

В Правительстве РФ вопросы по совершенствованию пенсионной системы поручены трем министерствам: Минздравсоцразвития, Минэкономразвития и Минфину. И как часто бывает, у каждого из этих министерств есть своя точка зрения на то, каким путем продвигать пенсионную реформу (табл. 1). Кроме того, у профессиональных участников фондового рынка, задействованных в реформе (управляющих компаний и пенсионных фондов), есть свои предложения по развитию рынка пенсионных услуг. Основная проблема, которую госчиновникам придется решать, заключается в том, что, с одной стороны, Пенсионный фонд РФ уже в настоящее время испытывает дефицит средств для финансирования выплат текущих пенсий, а в дальнейшем этот дефицит будет только расти, а с другой стороны – существует достаточно большой объем ресурсов, представляющих собой накопительную часть пенсий (средства, переданные в управление Внешэкономбанка), которые приносят доход ниже уровня инфляции, т. е. попросту обесцениваются.

Подытоживая сказанное, следует выделить, что участники пенсионной реформы должны иметь содержательно и формально разные интересы и возможности, которые следует согласованно и целенаправленно применять в процессе движения к построению цивилизованной и своевременно адаптирующейся к изменяющимся условиям пен-

Таблица 1

Направления совершенствования пенсионной системы

Предложения по совершенствованию пенсионной системы			
Минздравсоцразвития	Минэкономразвития	Минфин	РСПП
<p>– Изменить финансовые потоки путем увеличения доли поступлений в страховую систему за счет снижения объема накопительной части пенсии;</p> <p>– отказаться от передачи средств «молчунов» в управление «ВЭБ», а учитывать их на лицевых счетах в ПФР с начислением процентов на уровне доходности «ВЭБ» от ранее сформированных накоплений «молчунов», но не ниже инфляции.;</p> <p>– предлагается в перспективе (до 2013 года) предоставить гражданам право выбора способа управления средствами пенсионных накоплений, в том числе и возможность отказаться от их формирования;</p> <p>– предлагается ввести возможность добровольного участия в накопительной пенсионной системе всех поколений застрахованных лиц (добровольные платежи граждан могли бы стимулироваться соплатежами государства в пропорции 2:1, а также путем предоставления налогового вычета на сумму уплаченных взносов, что позволило бы каждому повысить размер своей будущей трудовой пенсии)</p>	<p>– Предлагается передать средства «молчунов» в управление частным управляющим компаниям, определив определенным образом правила отбора УК и условия инвестирования средств;</p> <p>– предполагается, что объем средств накопительных сбережений «молчунов», которыми сейчас управляет государственная управляющая компания, останется в управлении этой компании, а передаваться «частникам» будут вновь поступающие средства;</p> <p>– предлагается предоставить право частным управляющим компаниям вкладывать средства «молчунов» в более широкий круг финансовых инструментов по сравнению с государственной УК, что позволит увеличить доходность инвестиций пенсионных накоплений</p>	<p>Предложения по расширению круга доступных для государственной управляющей компании финансовых инструментов, в которые могут быть вложены пенсионные накопления, в том числе не исключается возможность вкладывать их в акции</p>	<p>Российский союз промышленников и предпринимателей предлагает свою модель реформирования пенсионной системы, базирующуюся на введении добровольных отчислений гражданами в накопительную часть трудовой пенсии на паритетных с работодателями основах:</p> <p>– гражданам предлагается предоставить право ежемесячно добровольно перечислять 3 % от своего заработка в выбранный им негосударственный пенсионный фонд для формирования дополнительной накопительной пенсии из средств, которые должны направляться в единый социальный налог и перечисляться в федеральный бюджет на финансирование базовой части трудовой пенсии;</p> <p>– оставшиеся 3 % из 6 % заработка предлагается перечислять в страховую часть пенсии в дополнение к существующему сейчас тарифу</p>

сионной системе. Представляется, что такая система должна состоять из следующих элементов, приведенных на рисунке.

Задействование представленных элементов механизма пенсионной системы ориентированно на формирование финансово-устойчивой страховой пенсионной системы, содержащей для работодателя и работника механизмы заинтересованности и ответственности за пенсионное обеспечение при усилении регулирующих и контрольных функций со стороны государства (т. е. развитие частно-государственного партнерства).

Реализация названной цели требует выработки ключевых положений по совершенствованию механизма пенсионной системы в России. Взгляд автора на состав таковых положений представлен в табл. 2.

Одним из направлений оздоровления пенсионной системы является создание стимулов к повышению эффективности деятельности пенсионных фондов и повышению их инвестиционной

привлекательности путем изменения формы отчисления налоговых платежей по ЕСН.

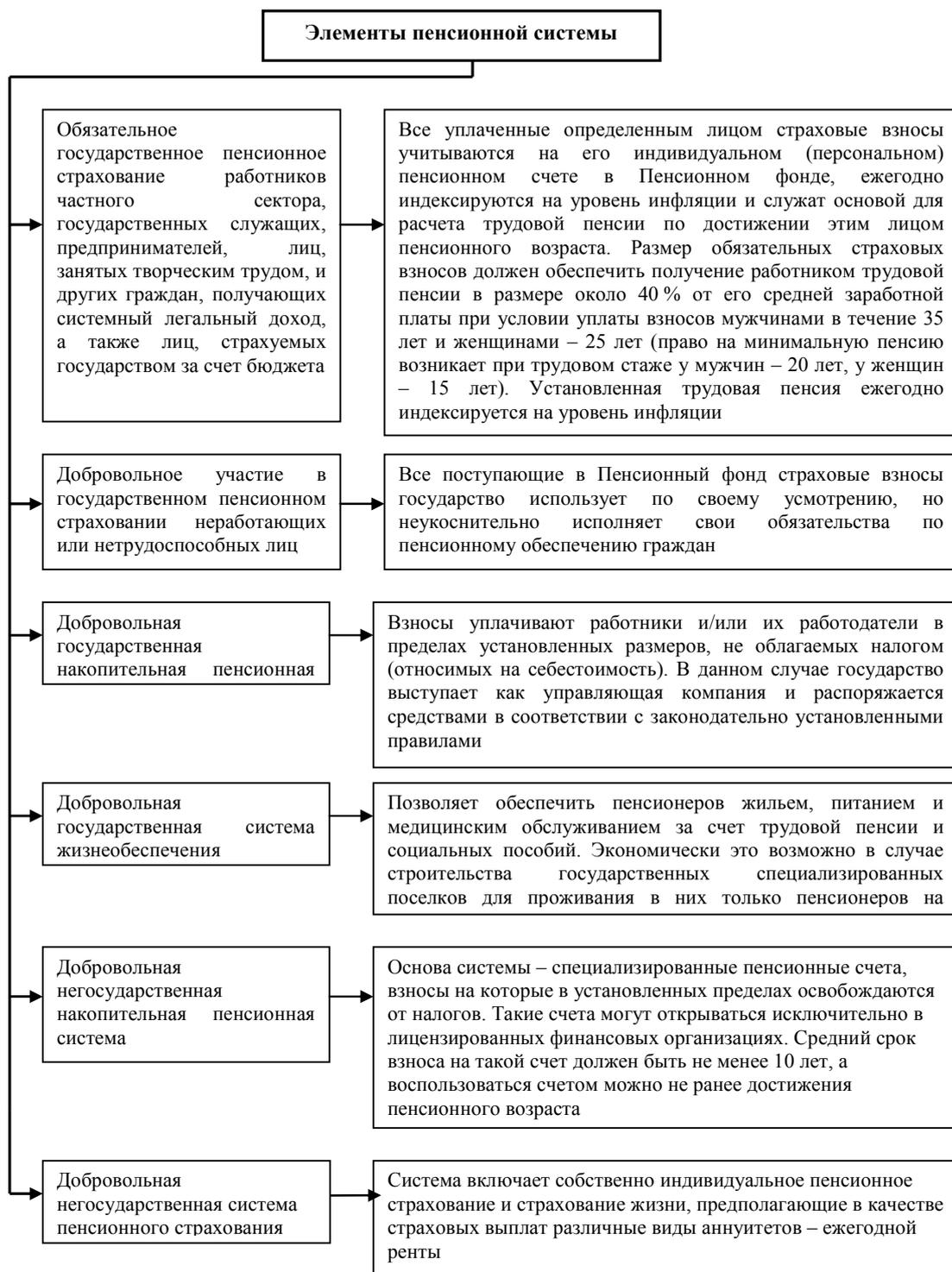
С этой целью предлагается разработать механизм финансового взаимодействия между работодателем, работником и негосударственным пенсионным фондом.

Для этого необходимо обеспечить законодательную основу существования корпоративных пенсий – принять нормативно-правовой акт (НПА), позволяющий вывести выплату накопительной части пенсии (6 % от зарплаты) из себестоимости, т. е. платить ее по той же схеме как НДФЛ.

Кроме того, необходимо законодательно закрепить право негосударственных пенсионных фондов (НПФ) вкладывать полученные средства в деятельность предприятия-вкладчика.

Выделенные положения имеют следующие основные моменты:

1) работодатель защищен от риска потери квалифицированных кадров, может оптимальным



Элементы пенсионной системы

образом построить систему управления персоналом и получит дополнительные финансовые ресурсы (в этом случае плата за пользование временно свободными денежными средствами ниже, чем за кредит, предоставляемый в кредитных учреждениях).

2) у работников будет выше интерес к предприятию вследствие увеличения заработной пла-

ты, увеличения гарантированного обеспечения высокой пенсией.

В предлагаемой схеме работник предприятия производит отчисления на накопительную часть пенсии из собственных средств. В целях стимулирования и создания возможности участия сотрудников в данной программе необходимо компенсировать утраченный заработок путем повышения

Таблица 2

Ключевые положения по развитию пенсионной системы в России

Ключевые положения по развитию пенсионной системы в России	Основные направления совершенствования в рамках данного положения
Достижение бездефицитности бюджета ПФР	Изменить действующую структуру пенсионной системы в сторону эффективности и прозрачности использования поступающих взносов
Введение полноценных взносов по обязательному пенсионному страхованию	Восстановить взносы по обязательному пенсионному страхованию, установить единый для всех работодателей тариф в процентах от выплат работнику
	Снизить в связи с этим ставку ЕСН (упразднить ЕСН на пенсионные взносы)
	Упразднить регрессию страховых взносов
	Сохранить предельную сумму выплат работнику, на которые начисляются взносы, индексирова ее по росту средней зарплаты
Усиление страховых принципов и повышение заинтересованности работника и работодателя в увеличении пенсионных взносов	Разрешить добровольные платежи из средств работодателя сверх нормативного тарифа (ст. 255 п.16 НК РФ) на накопительный счет работника с исключением соответствующих сумм из налогооблагаемой базы
	Снизить налоговую нагрузку на работодателя путем вывода отчислений на накопительную часть пенсии из затрат предприятия
	Производить начисление и удержание средств на накопительную часть пенсии с заработной платы сотрудников предприятия (как НДФЛ)
	В связи с увеличением удержаний повысить зарплату с целью компенсации утраченного дохода работника
Введение корпоративных пенсионных программ (КПП), альтернативных обязательному пенсионному страхованию	Предоставить возможность выбора направлений вкладов средств на накопительную часть пенсии (ВЭБ, частные управляющие компании, НПФ, КПП)
	В случае смерти работника предоставить наследникам право на получение средств, учтенных на его индивидуальном счете
	Предусмотреть возможность прекращения страхователем отчислений в ПФР по обязательному пенсионному страхованию (с ростом от 2 до 16–18 % в переходный период), если корпоративная пенсионная схема на базе НПФ обеспечивает работникам выплату пенсий в эквивалентном размере или выше
	Предусмотреть максимальный (не более 5 лет) срок приобретения прав на корпоративную пенсию, а также восстановление прав на трудовую пенсию работникам, которые не приобрели этих прав
Трансформация базовой части трудовой пенсии (ее перевод в систему государственного пенсионного обеспечения)	По мере развития корпоративные пенсионные схемы должны поглотить профессиональные системы досрочного выхода на пенсию
	Перевести базовую часть пенсии в законодательство о государственном пенсионном обеспечении, полностью отделив от обязательного пенсионного страхования
	Придать ей характер государственного социального пособия, выплачиваемого неработающим малоимущим пенсионерам
	Обеспечить ее финансирование за счет средств федерального бюджета (возможно, бюджетов субъектов РФ – в части доплаты регионального прожиточного минимума пенсионера)
Меры по стимулированию добровольных платежей на пенсионные цели или дополнительной пенсии	Гарантировать ее необходимое увеличение, если сумма выплат пенсионеру не обеспечивает прожиточный минимум
	Участниками добровольного страхования дополнительной пенсии могут быть мужчины моложе 60 лет и женщины, моложе 55 лет
	Тариф в размере 6 % для всех категорий застрахованных лиц
	Регрессивная шкала для уплаты взносов по дополнительному страхованию отсутствуют
Усиление роли негосударственных пенсионных фондов	В расчетный пенсионный капитал включаются дополнительные средства из федерального бюджета в сумме равной половине уплаченных дополнительных страховых взносов (не менее 2000 руб. для лиц, доход которых не превышает 120 тыс. рублей)
	Расширение участия НПФ в пенсионной системе в качестве базовых организаций профессиональных пенсионных систем и корпоративных пенсионных схем, альтернативных обязательному пенсионному страхованию
	Повышение доверия к НПФ за счет обязательного участия в объединенных гарантийных фондах
	Упорядочение налогообложения НПФ и других субъектов негосударственного пенсионного обеспечения
	Развитие системы саморегулирования деятельности субъектов негосударственного пенсионного страхования и обеспечения
	Усиление роли НПФ при одновременном ужесточении требований к достаточности собственного капитала, к инвестированию средств пенсионных резервов и пенсионных накоплений, стандартам операционной деятельности и др.
Увеличение сумм финансирования деятельности вкладчиков до 50 % суммы их отчислений на пенсионное обеспечение	

заработной платы, хотя бы на минимально необходимую величину. Данная величина определяется путем решения системы уравнений:

$$\begin{cases} ЗП_1 - НДФЛ_1 = ЗП_2 - НДФЛ_2 - ПОнак_2, \\ ЗП_2 = ЗП_1 + x, \end{cases} \quad (1)$$

где $ЗП_1$ – заработная сотрудника плата до введения изменений, $ЗП_2$ – зарплата после внедрения программы, $НДФЛ_1$, $НДФЛ_2$ – налоги на доходы уплачиваемые, соответственно, до и после введения программы, $ПОнак_2$ – размер отчислений на накопительную часть пенсии, уплачиваемый работником из собственных доходов, x – искомая величина, на которую необходимо увеличить зарплату.

Решение системы уравнений:

$$\begin{aligned} ЗП_1 - ЗП_1 \cdot 0,13 &= ЗП_2 - ЗП_2 \cdot 0,13 - ЗП_2 \cdot 0,06, \\ ЗП_1 - ЗП_1 \cdot 0,13 &= ЗП_1 + x - (ЗП_1 + x) \cdot 0,13 - \\ &\quad - (ЗП_1 + x) \cdot 0,06, \\ ЗП_1 - 0,13 \cdot ЗП_1 &= ЗП_1 + x - 0,13 \cdot ЗП_1 - \\ &\quad - 0,13 \cdot x - 0,06 \cdot ЗП_1 - 0,06 \cdot x, \\ ЗП_1 - 0,13 \cdot ЗП_1 - ЗП_1 + 0,13 \cdot ЗП_1 + 0,06 \cdot ЗП_1 &= \\ &= x - 0,13 \cdot x - 0,06 \cdot x, \\ 0,06 \cdot ЗП_1 &= 0,81 \cdot x, \\ x &= 0,0741 \cdot ЗП_1. \end{aligned} \quad (2)$$

Таким образом, для компенсации заработка, утраченного вследствие введения положений, касающихся изменений базы и субъектов отчисления средств на накопительную часть пенсии, необходимо увеличить зарплату работника на 7,41 %.

Внедрение предлагаемой схемы на предприятии окажет влияние на себестоимость организации. Затраты предприятия возрастут в связи с увеличением заработной платы его сотрудников. В то же время уменьшится налоговая нагрузка вследствие того, что процент отчислений по ЕСН уменьшится на 6 % (табл. 3). Увеличение себестоимости предприятия зависит от двух факторов: доли зар-

платы в себестоимости и количества работников, производящих отчисления на накопительную часть пенсии из собственных средств.

В случае, если все сотрудники предприятия отчисляют средства пенсионные накопления, то при увеличении фонда оплаты труда на 7,41 % затраты предприятия возрастут на 0,029–2,863 % в зависимости от доли зарплаты в себестоимости.

В настоящее время в экономике занято 67,7 млн человек, из которых 61,6 % – лица моложе 1966 г. рождения. Таким образом, если предположить, что на предприятии доля сотрудников, производящих отчисления из собственных доходов, составляет 61,6 %, то увеличение затрат предприятия составит 0,018–1,764 % (табл. 4).

Расчет себестоимости после введения схемы был произведен по формуле

$$Сс_2 = Сс_1 + ЗП_1 \cdot 0,0741(1 + 0,2) - ЗП_1 \cdot 0,06. \quad (3)$$

При определении себестоимости после введения схемы при условии, что доля работников, производящих отчисления из собственных средств – 61,6 %, используется формула

$$\begin{aligned} Сс_2 &= Сс_1 + ЗП_1 \cdot 0,0741(1 + 0,2) \cdot 0,616 - \\ &\quad - ЗП_1 \cdot 0,06 \cdot 0,616. \end{aligned} \quad (4)$$

Проанализировав полученные результаты, можно сделать вывод: предлагаемая схема по выводу отчислений на накопительную часть пенсии и уплате указанных средств из собственных доходов работника достаточно эффективна, потому что:

- увеличиваются доходы работников предприятия,
- увеличивается размер отчислений на финансирование будущей пенсии и размер пенсионных накоплений,

Таблица 3
Изменение размера заработной платы и отчислений по ЕСН в связи с выводом накопительной части пенсии из себестоимости предприятия

Средняя зарплата (ЗП ₁)	Средняя зарплата (ЗП ₂)	ЕСН до введения программы (ЕСН ₁)				ЕСН после внедрения программы (ЕСН ₂)			
		ФБ	Пенсионный фонд	ФСС	ФОМС	ФБ	Пенсионный фонд	ФСС	ФОМС
17 388	18 676 (17 388·1,0741)	1 043,3	2 434,3	504,3	521,6	1 120,5	1 501,4	541,6	560,3
		Итого ЕСН ₁ :			4 503,5	Итого ЕСН ₂ :			3 723,8

Таблица 4
Изменение себестоимости предприятия вследствие внедрения программы

Доля зарплаты в себестоимости, %	Себестоимость до внедрения программы (Сс ₁), руб.	Себестоимость после введения схемы (Сс ₂), руб., в случае если доля работников, производящих отчисления из собственных средств		Изменение себестоимости, %	
		100 %	61,6 %		
0,01	1 738 800	1 739 303	1 739 110	0,02892	0,018
0,05	347 760	348 262,9	348 069,8	0,1446	0,089
0,1	173 880	174 382,9	174 189,8	0,2892	0,178
0,15	115 920	116 422,9	116 229,8	0,4338	0,267
0,2	86 940	87 442,86	87 249,76	0,5784	0,356
0,25	69 552	70 054,86	69 861,76	0,723	0,445

Окончание табл. 4

Доля зарпла- ты в себе- стоимости, %	Себестоимость до внедрения програм- мы (Сс ₁), руб.	Себестоимость после введения схемы (Сс ₂), руб., в случае если доля работников, произво- дящих отчисления из собственных средств		Изменение себестоимости, %	
		100 %	61,6 %		
0,3	57 960	58 462,86	58 269,76	0,8676	0,534
0,35	49 680	50 182,86	49 989,76	1,0122	0,624
0,4	43 470	43 972,86	43 779,76	1,1568	0,713
0,45	38 640	39 142,86	38 949,76	1,3014	0,802
0,5	34 776	35 278,86	35 085,76	1,446	0,891
0,55	31 614,5	32 117,41	31 924,31	1,5906	0,980
0,6	28 980	29 482,86	29 289,76	1,7352	1,069
0,65	26 750,8	27 253,63	27 060,53	1,8798	1,158
0,7	24 840	25 342,86	25 149,76	2,0244	1,247
0,75	23 184	23 686,86	23 493,76	2,169	1,336
0,8	21 735	22 237,86	22 044,76	2,3136	1,425
0,85	20 456,5	20 959,33	20 766,23	2,4582	1,514
0,9	19 320	19 822,86	19 629,76	2,6028	1,603
0,95	18 303,2	18 806,02	18 612,92	2,7474	1,692
0,99	17 563,6	18 066,50	17 873,40	2,86308	1,764

– уменьшается налоговая нагрузка на работода-
теля,

– и работник, и работодатель заинтересованы в
увеличении отчислений на финансирование пенсии.

Даже при условии, что доля работников, осу-
ществляющих отчисления из собственных средств
составляет 100 %, средняя зарплата на предпри-

ятии 41 756 (максимум в РФ), а доля зарплаты в
себестоимости 90 %, затраты предприятия возраст-
нут на 2,6 %. В то же время налоговая нагрузка по
ЕСН снизится на 17,37 %. Таким образом, приве-
денные цифры подчеркивают целесообразность
высказанных предложений по совершенствованию
механизма пенсионной системы.

Поступила в редакцию 12 мая 2009 г.

Аристархова Маргарита Константиновна. Доктор экономических наук, про-
фессор, заведующий кафедрой налогов и налогообложения Института экономики и
управления Уфимского государственного авиационного технического университета,
г. Уфа. Область научных интересов – финансы, налоги и налогообложение. Контакт-
ный телефон: (8-917) 750-33-33.

Margarita Konstantinovna Aristarkhova. Doctor of Economics, professor, Head of
Taxes and Taxation department in Economy and Management Institute of Ufa State Avia-
tion Technical University. Scientific interests: finances, taxes and taxation. Contact phone:
(007-917) 750-33-33.

Зуева Ольга Константиновна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры
налогов и налогообложения Института экономики и управления Уфимского государ-
ственного авиационного технического университета, г. Уфа. Область научных инте-
ресов – финансы, налоги и налогообложение. Контактный телефон: (8-917) 406-48-40.

Olga Konstantinovna Zueva. Candidate of Economics, associate professor of the
Taxes and Taxation department in Economy and Management Institute of Ufa State Avia-
tion Technical University. Scientific interests: finances, taxes and taxation. Contact phone:
(007-917) 406-48-40.

Медведев Иван Константинович. Соискатель кафедры налогов и налогообло-
жения института экономики и управления Уфимского государственного авиационно-
го технического университета. Область научных интересов – финансы, налоги и на-
логообложение. Контактный телефон: (8-903) 729-91-69.

Ivan Konstantinovich Medvedev. Competitor of the Taxes and Taxation department
in Economy and Management Institute of Ufa State Aviation Technical University. Scien-
tific interests: finances, taxes and taxation. Contact phone: 007-903-729-91-69.

ПРОБЛЕМА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ЦЕЛЕВЫХ ПРОГРАММ

М.К. Аристархова, Г.Р. Стовер

Статья посвящена проблеме совершенствования финансирования федеральных целевых программ (ФЦП). Проведен анализ большого числа ФЦП, на базе которого разработан алгоритм расчета и оценки полноты финансирования и прогнозирования отклонений, возникающих при финансировании программ. Построена модель перспективной оценки отклонений, характеризующих недофинансирование ФЦП.

Ключевые слова: федеральные целевые программы (ФЦП), финансирование, инновационная деятельность, аддитивная функция, алгоритм, отклонение, прогнозирование и планирование, модель оценки отклонений.

Экономическое развитие государства в современных условиях трудно представить без инновационной деятельности. Формирование рыночной модели экономического развития России предполагает внедрение инноваций и поиск новых форм хозяйствования, основанных на активной инновационной деятельности предприятий и организаций, которая обеспечит повышение конкурентоспособности продукции на внутренних и внешних рынках, и будет способствовать решению социальных проблем.

Вместе с тем в России, обладающей высоким научным и образовательным потенциалом, не наблюдается существенного роста объемов выпуска наукоемкой инновационной продукции, хотя обязательным условием сохранения научно-технического и технологического потенциала государства является инновационная деятельность. Таким образом, государственная политика должна быть направлена на обеспечение эффективного управления этой деятельностью. Слабым звеном организационно-экономического механизма управления национальной экономикой является не только механизм управления инновациями, но и управления их финансированием.

Финансирование инновационной деятельности представляет собой направление и использование денежных средств на проектирование, разработку и организацию производства новых видов продукции, услуг, на создание и внедрение новой техники, технологии, разработку и внедрение новых организационных форм и методов управления. В России одним из основных видов финансовой поддержки инноваций является реализация федеральных целевых программ (ФЦП). Этот источник финансирования инноваций представляет наибольший интерес, так как во главе этого источника лежит государство – непосредственный «спонсор», а впоследствии и потребитель результатов реализации целевых программ.

Вопросы реализации и финансирования федеральных целевых программ рассмотрены в работах Г.Б. Поляка, Ю.П. Морозова, Т.С. Блиновой,

В.Я. Любовного, Л.Я. Герцберга, Г.А. Шима и программных документах Правительства Российской Федерации.

Из-за периодических сбоев в финансировании складывается весьма неблагоприятная ситуация с исполнением федеральных целевых программ. Нехватка средств на их реализацию автоматически приводит к срыву программных мероприятий, что обуславливает необходимость не просто планировать, а комплексно управлять всем процессом финансового обеспечения программ, начиная с этапа планирования и завершая данный процесс этапом анализа и регулирования отклонений, возникающих в результате нарушения условий софинансирования исполнителями программ.

В этой связи актуальна разработка подхода к более точному и корректному прогнозированию и планированию средств на реализацию программ в будущем, позволяющему рассчитать ожидаемую сумму отклонений и полноту финансирования для любой ФЦП независимо от ее направленности и приоритета. Подобный анализ на этапе проектирования программ позволит заранее выявить возможные последующие недостатки в финансировании и софинансировании, что позволит выработать конкретные управленческие решения, позволяющие избежать срывов реализации программ.

Для получения объективной картины финансирования федеральных целевых программ рассмотрена совокупность реализованных программ в 2004–2006 гг. как имеющих не только прогнозные, но и фактические данные по результатам их выполнения. Программы, реализуемые в 2007–2008 гг., не имеют завершенных характеристик с представлением фактических данных об их исполнении.

При разработке данного подхода использовались данные 45 федеральных целевых программ. Весь алгоритм расчета и оценки полноты финансирования и прогнозирования отклонений при финансировании федеральных целевых программ, начиная с этапа обзора программ, реализованных за период с 2004 по 2006 гг. и заканчивая апробацией модели расчета и оценки отклонений на при-

мере произвольно выбранных целевых программ различных приоритетов и социальной направленности, представлен на рис. 1. Приведенный алгоритм выражает комплексную оценку фактического финансирования федеральных целевых программ.

Анализ финансирования ФЦП выполнялся по следующим основным этапам:

- по структуре источников финансирования;
- по структуре затрат на их выполнение;
- по изучению сумм и динамики отклонений фактически выделенных средств от запланированных.

На первом этапе вся совокупность анализируемых программ рассмотрена с точки зрения структуры источников их финансирования. В результате изучения данных очевидно расслоение рассматриваемой совокупности на четко выраженные

классы, характеризующиеся единственными характеристиками финансирования, т. е. однородными по структуре источников финансирования и отклонениями фактических денежных средств от запланированных. Таким образом, выделены три основные группы ФЦП (табл. 1), имеющие различия по структуре источников их финансирования. Рассчитаем удельный вес выделенных подгрупп целевых программ в общей совокупности. Данные для расчетов взяты с официального источника по результатам выполнения ФЦП [1].

Наиболее наглядна динамика запланированного финансирования ФЦП за счет средств из всех источников (группа ФЦП I), результаты которой представлены на рис. 2–4.

Представленные диаграммы наглядно демонстрируют, что уже на этапе планирования фи-

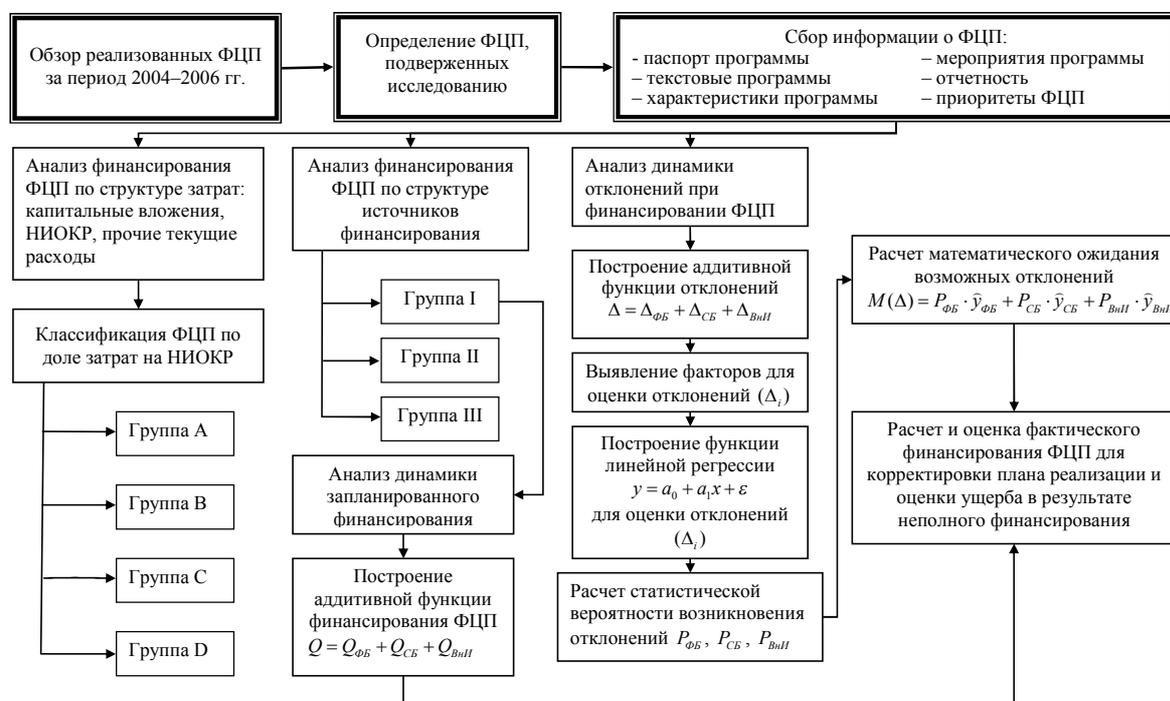


Рис. 1. Алгоритм расчета и оценки полноты финансирования и прогнозирования отклонений при финансировании федеральных целевых программ

Классификация ФЦП по структуре источников финансирования

Таблица 1

Группы ФЦП по структуре финансирования	Доля в структуре финансирования, %	Источники финансирования
I	60,0	ФЦП, финансируемые за счет средств федерального бюджета с привлечением средств бюджетов субъектов РФ и средств из внебюджетных источников
II	13,3	ФЦП, финансируемые из федерального бюджета с привлечением средств из внебюджетных источников
III	26,6	ФЦП, финансируемые только за счет средств Федерального бюджета
Итого	100,0	–

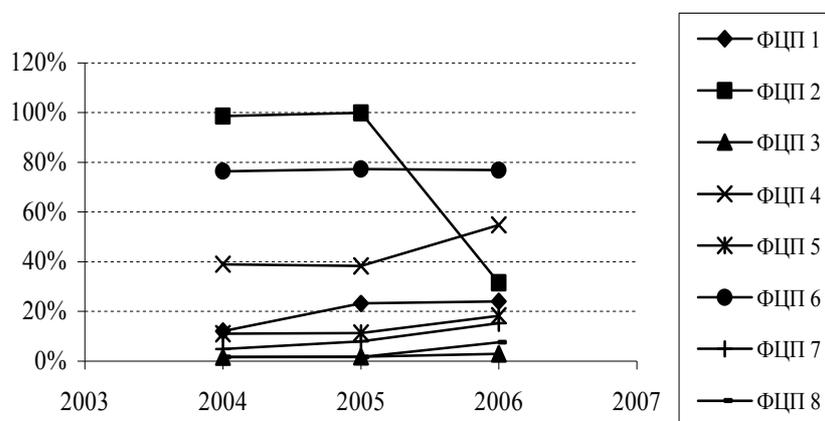


Рис. 2. Динамика доли запланированного финансирования ФЦП за счет средств федерального бюджета

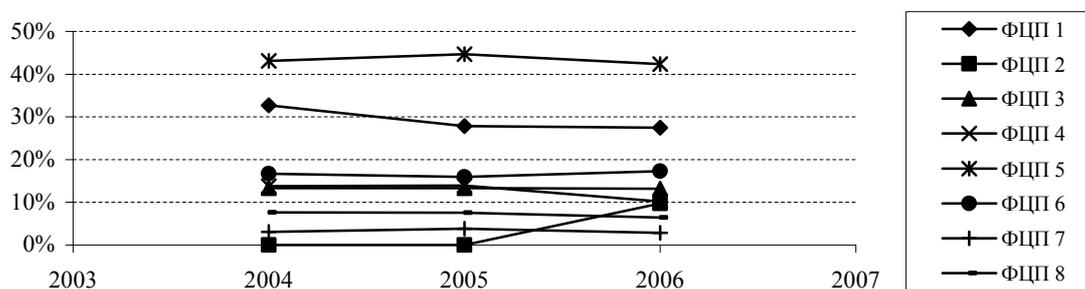


Рис. 3. Динамика доли запланированного финансирования ФЦП за счет средств бюджетов субъектов РФ

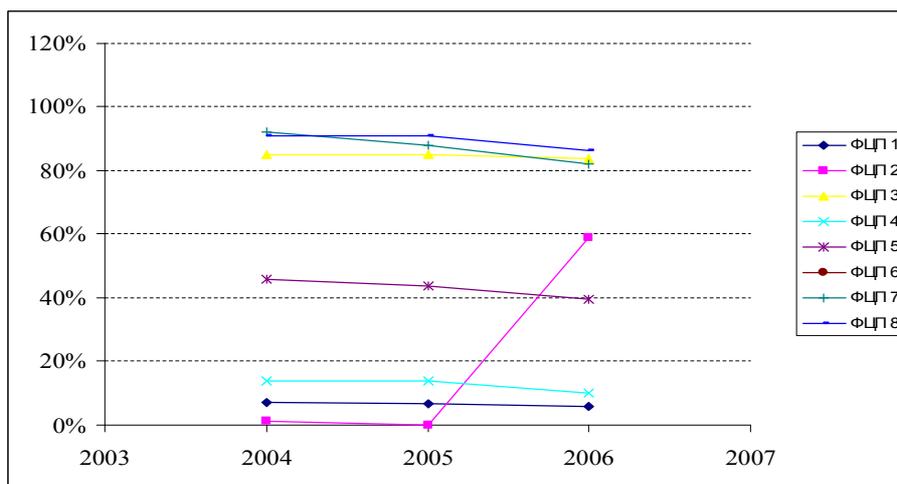


Рис. 4. Динамика доли запланированного финансирования ФЦП за счет средств из внебюджетных источников

нансирования ФЦП за основу принимается финансирование программ за счет средств внебюджетных источников и бюджетов субъектов РФ, отводя второстепенную роль финансированию из федерального бюджета. Однако, как показывают результаты дальнейшего исследования (рис. 5–7) при финансировании программ имеет место систематическое нарушение обязательств по софинансированию ФЦП из бюджетов субъектов Федерации и внебюджетных источников. Например, недофинансирование по внебюджетным источникам составляет в среднем около 50 %, в то время как на их долю при планировании финансирования программ отводится в среднем 52 % от общего объема прогнозируемых средств. Доля планируемого финансирования ФЦП из федерального бюджета и бюджетов субъектов Федерации составляет примерно по 24 %.

Поскольку каждый из источников финансирования ФЦП имеет характерные особенности в ди-

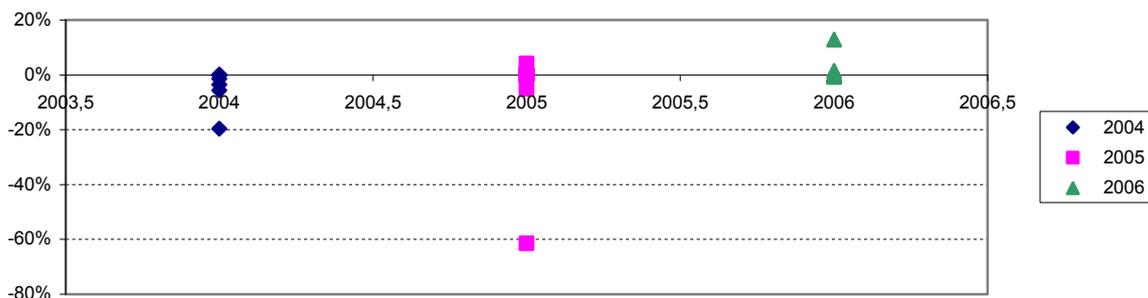


Рис. 5. Отклонение ($\Delta_{ФБ}$) фактически выделенных средств на ФЦП от запланированных объемов финансирования из федерального бюджета ($Q_{ФБ}$), %



Рис. 6. Отклонение ($\Delta_{СБ}$) фактически выделенных средств на ФЦП от запланированных объемов финансирования из бюджетов субъектов РФ ($Q_{СБ}$), %



Рис. 7. Отклонение ($\Delta_{ВНИ}$) фактически выделенных средств на ФЦП от запланированных объемов финансирования из внебюджетных источников ($Q_{ВНИ}$), %

наиме и в объеме выполнения своих обязательств при инвестировании проектов, то целесообразно изучение каждого из них независимо от других, в то же время учитывая суммарный вклад каждого из источников при реализации программы.

Для количественного измерения роли источников финансирования программ в их общей структуре введем в рассмотрение аддитивную

функцию размера запланированного финансирования ФЦП:

$$Q = Q_{ФБ} + Q_{СБ} + Q_{ВНИ} \quad (1)$$

где Q – общее планируемое финансирование ФЦП; $Q_{ФБ}$, $Q_{СБ}$, $Q_{ВНИ}$ – планируемый размер финансирования ФЦП из федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ, внебюджетных источников, соответственно.

Рассмотрим отклонения между запланированными на финансирование ФЦП и фактически выделенными суммами по всем источникам финансирования программ. Доли отклонений от запланированных сумм представлены графически (см. рис. 5–7).

По результатам изучения отклонений введем еще одну аддитивную функцию:

$$\Delta = \Delta_{ФБ} + \Delta_{СБ} + \Delta_{ВНИ}, \quad (2)$$

где Δ – общее отклонение между планируемыми и фактическими объемами финансирования ФЦП; $\Delta_{ФБ}$, $\Delta_{СБ}$, $\Delta_{ВНИ}$ – отклонения между планируемыми и фактическими объемами финансирования ФЦП из федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ и внебюджетных источников, соответственно.

Следует заметить, что данная функция соотносится только с ФЦП, принадлежащих к I группе, поскольку ФЦП из других групп имеют отличающееся распределение отклонений между фактическими и запланированными суммами на реализацию программ.

Данные, приведенные на рис. 5–7, наглядно демонстрируют, что в 2004 году шло невыполнение обязательств по выделению средств из всех источников, хотя справедливости ради необходимо отметить, что даже при этом федеральный бюджет свои обязательства старался выполнять. Если максимальное отклонение ($\Delta_{ФБ}$) между планом и фактом достигало –20 % (см. рис. 5), то по другим источникам софинансирования эта разница ($\Delta_{СБ}$, $\Delta_{ВНИ}$) достигала величины в среднем –50 % или средства не выделялись вообще.

Таким образом, как показал анализ, наиболее надежным и обязательным источником финансирования ФЦП является федеральный бюджет, который свои обязательства, в отличие от участников софинансирования выполняет в полном объеме.

Представляет интерес рассмотреть распределение выделенных на финансирование программ средств внутри самих ФЦП. Распределение средств внутри программ производится между следующими статьями затрат: капитальные вло-

жения, текущие расходы и расходы на НИОКР. Причем наибольший интерес представляют средства, выделяемые на выполнение НИОКР, так как последние являются одной из существенных составляющих инновационного процесса, в связи с чем вся совокупность рассмотренных программ может быть разбита на 4 группы (табл. 2).

На основании проведенного анализа возникает необходимость установления зависимости между суммой, запланированной на реализацию ФЦП и отклонением (недовложением) фактически выделенного размера денежных средств от планового.

Поставленную задачу будем решать с применением методов экономико-математического моделирования. Поскольку в данной задаче оценивается отклонение между фактически выделенными и запланированными средствами на реализацию ФЦП, то данная величина выступает в роли объясняемой переменной или результирующего показателя (y). Остальные величины – суммы, запланированные к выделению на ФЦП из каждого источника, фактически выделенные из каждого источника, отклонение между указанными величинами – объясняющие переменные или факторы-аргументы (x).

Наиболее предпочтительной в контексте рассматриваемой задачи, а также наиболее распространенной в эконометрических приложениях формой представления зависимости между изучаемыми показателями является линейная форма [2]:

$$y = a_0 + a_1x + \varepsilon. \quad (3)$$

Здесь x – значение участвующих в соотношении факторов-аргументов; y – значение результирующей переменной, измеренной при соответствующем значении x ; ε – случайная величина, характеризующая отличие между расчетным и фактическим значением y ; a_0 , a_1 – некоторые параметры, неизвестные до проведения соответствующего статистического анализа и расчетов.

Выбор линейного вида зависимости является также удобным для применения, поскольку линейный вид уравнения регрессии позволяет осу-

Таблица 2

Классификация ФЦП по доле планируемых затрат на НИОКР

Группы ФЦП по доле затрат на НИОКР	Доля НИОКР в общем объеме затрат на ФЦП, %	Доля от общего числа программ, %	Основные характеристики группы
A	0	28,6	ФЦП по приоритету «Региональный паритет» и «Реформирование правосудия»
B	Менее 2	42,9	ФЦП по приоритетам «Развитие инфраструктуры» и «БЖД»
C	7–20	14,3	ФЦП по приоритету «Новое поколение»
D	Более 20	14,2	ФЦП по приоритету «Новая экономика»
Итого:	–	100	

шестьдесят экономическую интерпретацию параметров уравнения, что является одним из наиболее важных моментов моделирования экономических процессов, а также линейный вид уравнения не требует большого количества уровней измерений (достаточно 7–10).

Для построения модели оценки отклонений обратимся к ретроспективному анализу структуры финансирования ФЦП за счет различных источников и анализу динамики выполнения обязательств всеми источниками финансирования.

В качестве влияющих (объясняющих) переменных возможно рассмотрение двух показателей: запланированной суммы финансирования и фактически выделенной на реализацию программ. Однако, учитывая, что прогнозирование возможных отклонений в реализации программы от графика работ актуально на начальном этапе, то в качестве x возьмем сумму запланированных средств, поскольку размер сумм, потраченных фактически, становится известным с временным лагом 2 года [1].

Для установления возможности применения выбранной формы модели необходимо установить наличие зависимости между объясняемой и объясняющей переменными. Поскольку выбранная форма носит линейный характер, то воспользуемся коэффициентом линейной корреляции. Данный показатель позволяет количественно оценить силу взаимосвязи и ее направление между исследуемыми признаками.

Расчет выборочных коэффициентов линейной корреляции представлен в табл. 3.

Поскольку коэффициенты корреляции $|r| > 0,75$, то можно сделать вывод о наличии тесной зависимости между отклонениями фактически выделенных сумм на реализацию федеральных целевых программ от запланированных и запланированными средствами на реализацию программ. Следовательно, для прогнозирования данных отклонений для каждого источника финансирования возможно построение уравнений линейной регрессии [3]:

$$\hat{y} = a_0 + a_1 \cdot x, \quad (4)$$

где x – сумма средств на финансирование про-

граммы согласно плану (млн руб.); \hat{y} – величина отклонений фактически выделенных сумм от плановых (млн руб.).

Значение параметра a_1 показывает среднее изменение величины \hat{y} с изменением фактора x на одну единицу. Параметр a_0 показывает значение результирующего признака y при нулевом значении x . В рассматриваемой экономической модели при отсутствии запланированных сумм финансирования ($x = 0$) отклонения возникнуть не могут, следовательно, целесообразно принять a_0 равной нулю.

Теоретические значения отклонений в финансировании ФЦП по факту от плановых рассчитаем по формулам:

$$\hat{y}_{ФБ} = a_1^1 \cdot x_{ФБ}, \quad (5)$$

$$\hat{y}_{СБ} = a_1^2 \cdot x_{СБ}, \quad (6)$$

$$\hat{y}_{ВНИ} = a_1^3 \cdot x_{ВНИ}. \quad (7)$$

Параметры уравнений регрессии a_1^i ($i = 1, 2, 3$) оценим по методу наименьших квадратов:

$$\sum_j (y_j - \hat{y}_j)^2 \rightarrow \min. \quad (8)$$

Для оценки качества подбора линейной функции исходным значениям рассчитаем коэффициент детерминации (R^2), характеризующий долю изменения величины y , за счет показателя, отобранного для построения модели [4]. Соответственно величина $1 - R^2$ характеризует долю вариации, вызванную влиянием остальных, не учтенных в модели факторов. Таким образом, величина коэффициента детерминации является одним из критериев оценки качества линейной модели. Чем больше доля объясненной вариации, тем соответственно меньше роль прочих факторов, и, следовательно, линейная модель хорошо аппроксимирует исходные данные, и ею можно пользоваться для прогноза значений результирующего признака y [3].

Так как коэффициент детерминации для первого уравнения равен 0,768, то построенное уравнение учитывает 76,8 % вариаций изучаемой переменной. Оставшаяся доля (23,2 %) – результат

Таблица 3

Выборочные коэффициенты корреляции

Признаки		Сумма финансирования ФЦП по плану, млн руб.		
		Федеральный бюджет $x_{ФБ}$	Бюджеты субъектов РФ $x_{СБ}$	Внебюджетные источники $x_{ВНИ}$
Отклонение фактической суммы от запланированной, млн руб.	Федеральный бюджет $y_{ФБ}$	0,891	–	–
	Бюджеты субъектов РФ $y_{СБ}$	–	–0,916	–
	Внебюджетные источники $y_{ВНИ}$	–	–	–0,837

влияния других факторов, в основном включающих: нарушение обязательств по софинансированию ФЦП, слабый мониторинг их выполнения, некачественную экспертизу принимаемых к реализации программ, форс-мажорные обстоятельства и др. Аналогичная ситуация имеет место в соответствии со значениями коэффициента детерминации для второго и третьего уравнений.

Также необходимо провести оценку значимости (существенности) уравнений регрессии в целом. Для этого воспользуемся критерием Фишера [4]. Выдвинем нулевую гипотезу, что коэффициент регрессии $a_1^i = 0$, т. е. фактор x (плановые суммы на инвестирование ФЦП) не влияет на результат y . Расчетные значения критерия Фишера F для каждого из построенных уравнений приведены в табл. 4. Критическое значение критерия при уровне значимости 0,01 определим по статистическим таблицам [5] $F_{кр} = 8,4$. Поскольку $F_{факт} > F_{кр}$, то нулевая гипотеза отклоняется, и можно сделать вывод о существенности связи между изучаемыми величинами с доверительной вероятностью 99,99 %. Таким образом, уравнения регрессии можно признать пригодными для построения прогнозов возникающих отклонений в выделении средств на реализацию федеральных целевых программ между планом и фактом.

Найденные коэффициенты регрессии: 0,0116; -0,184; -0,291 позволяют утверждать, что при планировании финансирования федеральных целевых программ из бюджетов субъектов РФ мож-

но заранее ожидать недофинансирования программ из этого источника в среднем на 18,4 %, из внебюджетных источников на 29,1 % от запланированных сумм. При планировании финансирования ФЦП из федерального бюджета наблюдается незначительная тенденция к перерасходу средств. Скорее всего, федеральный бюджет берет на себя восполнение части недостающей доли затрат на выполнение федеральных целевых программ.

С помощью уравнений регрессии возможно оценить средние суммы отклонений в инвестировании средств в ФЦП по факту от плановых из каждого вида источника финансирования. Чтобы оценить средние суммы отклонений по всем трем источникам финансирования в целом возможно построение вероятностной модели оценки величины отклонений Δ . Для реализации указанного подхода необходима оценка вероятности нарушения источником финансирования своих обязательств. В качестве такой оценки вероятности принята статистическая вероятность наступления рассматриваемого события (неполного выделения денежных средств) для рассматриваемой совокупности программ. Статистическая вероятность представляет собой отношение количества федеральных целевых программ, испытывающих недостаток финансирования к количеству всех реализуемых ФЦП. Вероятности рассчитаны на основании статистических данных, представленных в официальном источнике данных о реализации ФЦП [1] и приведены в табл. 5.

В результате расчета вероятностей нарушения

Таблица 4

Уравнения линейной парной регрессии и оценка их качества

Вид источника финансирования	Уравнение линейной регрессии	Коэффициент детерминации R^2	Наблюдаемое значение критерия Фишера	Статистическая значимость уравнения регрессии, %
Федеральный бюджет	$y_{ФБ} = 0,0116 \cdot x$	0,768	39,67	99,99
Бюджеты субъектов РФ	$y_{СБ} = -0,184 \cdot x$	0,914	244,21	99,99
Внебюджетные источники	$y_{ВНИ} = -0,291 \cdot x$	0,751	129,81	99,99

Таблица 5

Расчет ожидаемого отклонения с учетом вероятности возникновения нарушения финансирования

Источник финансирования	Федеральный бюджет	Субъекты РФ	Внебюджетные источники
Статистическая вероятность возникновения нарушений финансирования	$P_{ФБ} = 0,288$	$P_{СБ} = 0,959$	$P_{ВНИ} = 0,912$
Расчет ожидаемого размера отклонения	$\hat{y}_{ФБ} = 0,0116 \cdot x$	$\hat{y}_{СБ} = -0,184 \cdot x$	$\hat{y}_{ВНИ} = -0,291 \cdot x$
Ожидаемая сумма отклонения с учетом вероятности возникновения нарушения финансирования	$M(\Delta) = P_{ФБ} \times \hat{y}_{ФБ} + P_{СБ} \times \hat{y}_{СБ} + P_{ВНИ} \times \hat{y}_{ВНИ}$		

обязательств по выделению средств на ФЦП различными источниками финансирования можно сделать следующие выводы:

- $P_{ФБ} = 0,288$, следовательно, федеральный бюджет не выполнил обязательства по представлению денежных средств в 28,8 % случаев;

- $P_{СБ} = 0,959$, следовательно, бюджеты субъектов РФ в подавляющем большинстве случаев (95,9 %) не выполняли обязательства по представлению денежных средств, недофинансирование составляет 18,4 % от запланированной суммы ($a_1^2 = -0,184$);

- $P_{ВНИ} = 0,912$, следовательно, внебюджетные источники также не выполняли обязательства по представлению денежных средств в 91,2 % случаев, недофинансирование составляет 29,1 % от запланированной суммы ($a_1^3 = -0,291$).

Рассматривая величину отклонений Δ как дискретную случайную величину возможно вычислить ее математическое ожидание, т. е. среднее прогнозируемое значение в зависимости от показателей факторов, включенных в модель регрессии (см. табл. 5).

На основании полученных данных произведены расчеты для произвольно выбранной ФЦП «Модернизация транспортной системы», реализованной в 2006 году. Результаты расчетов сведены в табл. 6.

Как видно из табл. 6, результаты расчетов хорошо коррелируют с фактическими данными по выполнению программы, приведенными на официальном сайте ФЦП РФ [1]. Так, сумма фактического финансирования по ФЦП «Модернизация транспортной системы» в соответствии с официальными данными составила: $Q_{ФБ} = 151\,608,99$ млн руб., $Q_{СБ} = 134\,521,24$ млн руб. и $Q_{ВНИ} = 214\,802,97$ млн руб., рассчитанная ожидаемая сумма отклонений с учетом вероятности возникновения нарушения фи-

нансирования близка к фактическим данным.

Необходимо отметить, что апробация предложенной модели расчета и оценки отклонений при финансировании федеральных целевых программ показала хорошую корреляционную связь между расчетными результатами и фактическими данными.

Расчет и оценка отклонений при финансировании федеральных целевых программ ($\Delta_{ФБ}$, $\Delta_{СБ}$ и $\Delta_{ВНИ}$) является исключительно актуальной задачей, ее решение поможет осуществлять более точное и корректное планирование средств на реализацию программ и организацию их финансирования в будущем.

Таким образом, на основании изложенного можно сделать следующие выводы.

1. Разработан алгоритм расчета и оценки полноты финансирования и прогнозирования отклонений при финансировании ФЦП, позволяющий дать комплексную оценку фактического финансирования федеральных целевых программ: по структуре источников финансирования, по структуре затрат на выполнение программ, по изучению сумм и динамики отклонений фактически выделенных средств на реализацию программ от запланированных.

2. Для успешной реализации ФЦП наиболее важное значение имеет решение вопросов их финансирования как на стадии формирования программ, так и их реализации. Действующий порядок разработки и реализации федеральных целевых программ предусматривает в качестве основного источника финансирования федеральный бюджет, а также бюджеты субъектов РФ и внебюджетные источники. Наиболее надежным и обязательным источником финансирования ФЦП является федеральный бюджет, который свои обязательства, в отличие от участников софинансирования, выполняет в полном объеме и берет на себя

Таблица 6

Результаты апробации модели на примере ФЦП «Модернизация транспортной системы»

Источник финансирования	Федеральный бюджет	Субъекты РФ	Внебюджетные источники	Итого
Сумма, запланированная на реализацию ФЦП, млн руб.	143 148,29	163 565,86	288 378,46	595 092,55
Статистическая вероятность возникновения отклонений	$P_{ФБ} = 0,288$	$P_{СБ} = 0,959$	$P_{ВНИ} = 0,912$	—
Расчет ожидаемого размера отклонения	$\hat{y}_{ФБ} = 0,0116 \cdot x$	$\hat{y}_{СБ} = -0,184 \cdot x$	$\hat{y}_{ВНИ} = -0,291 \cdot x$	—
Ожидаемая сумма отклонения с учетом вероятности возникновения нарушения финансирования, млн руб.	4 782,32	-28 862,18	-76 533,34	—
Расчетная сумма финансирования, млн руб.	147 931,31	134 703,68	211 845,12	494 480,11

выполнение части недостающей доли затрат на выполнение ФЦП.

3. Построена модель расчета и оценки отклонений, позволяющая оценить полноту финансирования для любой программы, независимо от ее направленности и приоритета и спрогнозировать стоимостную оценку отклонений, возникающих при финансировании целевых программ. Благодаря данной модели могут быть выработаны рекомендации для принятия управленческих решений по устранению и ликвидации возникших отклонений.

4. Апробация модели расчета и оценки отклонений, возникших при финансировании произвольно выбранных федеральных целевых программ, показала хорошую корреляционную связь между расчетными результатами и фактическими данными по финансированию этих программ.

Литература

1. Федеральные целевые программы России [Электронный ресурс] / Портал ФЦП. Минэко-

номразвития РФ. Департамент государственных целевых программ и капитальных вложений – М. – Режим доступа: <http://fcp.vpk.ru>, свободный. – Яз. рус.

2. Прикладная статистика. Основы эконометрики: учебник для вузов: В 2-х т. – 2-е изд., испр. – Т. 2: Айвазян С. А. Основы эконометрики. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 432 с.

3. Эконометрика: учебник / И.И. Елисеева, С.В. Курьшева, Т.В. Костеева и др.; под ред. И.И. Елисеевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 576 с.: ил.

4. Экономико-математические методы и прикладные модели: учеб. пособие для вузов / В.В. Федосеев, А.Н. Гармаш, Д.М. Дайитбегов и др.; под ред. В.В. Федосеева. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 391 с.

5. Гмурман, В.Е. Теория вероятностей и математическая статистика: учеб. пособие для вузов / В.Е. Гмурман. – 7-е изд., стер. – М.: Высш. шк., 1999. – 479 с.: ил.

Поступила в редакцию 14 апреля 2009 г.

Аристархова Маргарита Константиновна. Доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Налогов и налогообложения» Уфимского государственного авиационного технического университета, г. Уфа, Республика Башкортостан. Область научных интересов – маркетинг, менеджмент, логистика, экономика предприятия, контроллинг, управленческий учет, управление инновациями, налоговое администрирование, налоговый менеджмент. Контактный телефон: (8-347) 273-79-56.

Margarita Konstantinovna Aristarkhova. Doctor of Economics, professor, Head of the Taxes and Taxation department of Ufa State Aviation Technical University, the city of Ufa, Bashkortostan. Scientific interests: marketing, management, logistics, economics of an enterprise, controlling, management accounting, management of innovations, tax administration, tax management. Contact phone: 007-347-273-79-56.

Стовер Гульнара Рафиковна. Аспирант заочной бесплатной формы обучения кафедры налогов и налогообложения Уфимского государственного авиационного технического университета, г. Уфа, Республика Башкортостан. Область научных интересов – экономика и управление финансированием инновационной деятельностью. Контактные телефоны: (8-347) 273-79-56; (8-347) 252-70-49 (дом.); (8-917) 34-75-965 (мобильный).

Gulnara Rafikovna Stover. Post-graduate student of extra-mural course at the Taxes and Taxation department of Ufa State Aviation Technical University, Ufa, Bashkortostan. Scientific interests: economics and management of financing of innovative activities. Contact phones: 007-347-273-79-56; 007-347-252-70-49 (home); 007-917-34-75-965 (mobile).

АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ-ЗАСТРОЙЩИКОВ

В.В. Воложанин, С.И. Бородин

Исследуется проблема финансирования деятельности строительных предприятий. Авторы производят анализ использования строительными предприятиями-застройщиками различных форм финансирования деятельности. Предложен алгоритм выбора источника финансирования деятельности.

Ключевые слова: финансирование деятельности, строительные предприятия-застройщики, формы финансирования, алгоритм выбора источника финансирования.

Для успешной деятельности на рынке жилищного строительства необходимо сочетание следующих переменных (рис. 1):

- 1) наличие неудовлетворенной потребности в жилье;
- 2) способность строительных предприятий возводить необходимое количество жилья (потенциал строительных предприятий);
- 3) достаточный уровень материально-технического обеспечения;
- 4) достаточный уровень финансирования строительства.

Одновременно необходимо учитывать влияние внешней среды на деятельность строительного предприятия-застройщика. Факторы внешней среды могут оказывать позитивное, негативное и безразличное влияние на деятельность предприятия.

К наиболее значимым факторам в текущей рыночной ситуации можно отнести:

- общую экономическую ситуацию в стране и регионе (например, текущий финансовый кризис);
- влияние государственных органов на деятельность предприятий (например, протекционизм и государственное финансирование деятельности).

Следует отдельно рассматривать деятельность строительного предприятия-застройщика в условиях кризиса и без него. Кризис корректирует решения предприятий.

Важным фактором, который обеспечивает

своевременный ввод в эксплуатацию жилья, является достаточный уровень финансирования строительства.

Источниками финансирования деятельности могут выступать собственный и заемный капиталы предприятия. При этом необходимо указать, что в состав собственного капитала включаются уставный капитал, добавочный капитал, резервный капитал и нераспределенная прибыль. Состав заемного капитала включает в себя кредиты, займы и кредиторскую задолженность.

При выборе источника финансирования деятельности целесообразно использовать следующий алгоритм (рис. 2).

1. Определение цели, для которой привлекается дополнительное финансирование.
2. Определение источника финансирования деятельности (собственный или заемный капитал).
3. Определение срочности привлечения дополнительного финансирования (долгосрочное или краткосрочное финансирование).
4. Определение формы привлечения дополнительного финансирования.
5. Определение эффекта и эффективности привлечения дополнительного финансирования.

Для анализа источников финансирования деятельности строительных предприятий использовалась информация о результатах хозяйственной деятельности строительных предприятий-застрой-



Рис. 1. Связь основных систем деятельности строительного предприятия

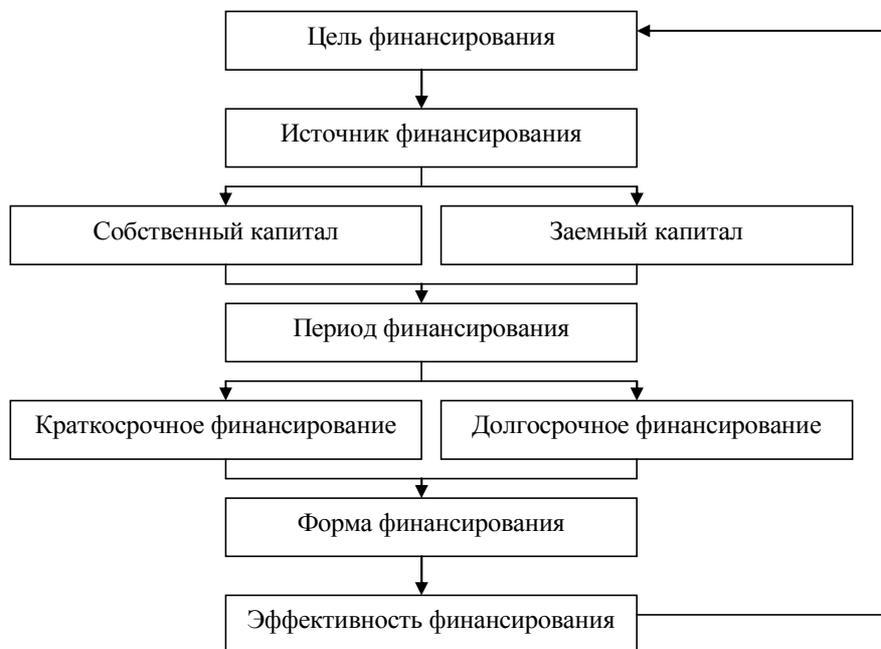


Рис. 2. Алгоритм определения источника финансирования деятельности предприятия

щиков, действующих на рынке жилищного строительства, которые обеспечивают более 60 % объема введенного жилья в г. Челябинске. Исследовался период с 2002 по 2007 гг. Источниками информации послужили данные территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Челябинской области.

Для анализа источников финансирования деятельности предприятий используем коэффициент автономии. Коэффициент автономии показывает долю собственного капитала в общей величине авансированного капитала предприятия за определенный период. На рис. 3 показана группировка строительных предприятий-застройщиков по величине коэффициента автономии.

Данная группировка позволяет сделать следующие выводы:

- доля строительных предприятий-застройщиков, которые привлекают заемный капитал для финансирования деятельности, составляет более 60 %;
- строительные предприятия-застройщики, которые привлекают заемный капитал для финансирования деятельности, обеспечивают более 50 % объема введенного жилья;
- увеличивается количество строительных предприятий-застройщиков, начиная с 2005 года, которые используют заемный капитал для финансирования деятельности;
- наблюдается тенденция увеличения доли заемного капитала (уменьшения доли собственного капитала) в общей величине авансированного капитала.

Для исследования структуры источников финансирования деятельности строительного

предприятия-застройщика использовался коэффициент корреляции, который позволил определить уровень связи объемов введенного жилья и различных источников финансирования деятельности (табл. 1). Для целей данного исследования учитывалось, что собственный капитал предприятия представлен в разделе «Капитал и резервы» бухгалтерского баланса предприятия, заемный капитал – «Долгосрочные кредиты и займы», «Краткосрочные кредиты и займы» и «Кредиторская задолженность».

Можно заметить наличие прямой зависимости между объемом введенного жилья и источниками финансирования деятельности строительного предприятия-застройщика. Причем наибольшее значение коэффициента корреляции объема введенного жилья (m^2) и средней величиной «Кредиторской задолженности» указывает на значительную связь кредиторской задолженности и объема введенного жилья: в большей мере, чем других источников финансирования деятельности строительного предприятия-застройщика. Стоит также обратить внимание на изменение в большую сторону коэффициента корреляции, показывающего связь с собственным капиталом предприятия (в данном случае «Капитал и резервы»), начиная с 2005 года.

В связи с этим при построении финансового плана на программу строительного предприятия-застройщика следует большее внимание уделять формированию и использованию кредиторской задолженности. При этом можно использовать следующие инструменты финансирования деятельности:

- изменение границ товарного кредита поставщиков (использование скидок, предоставление

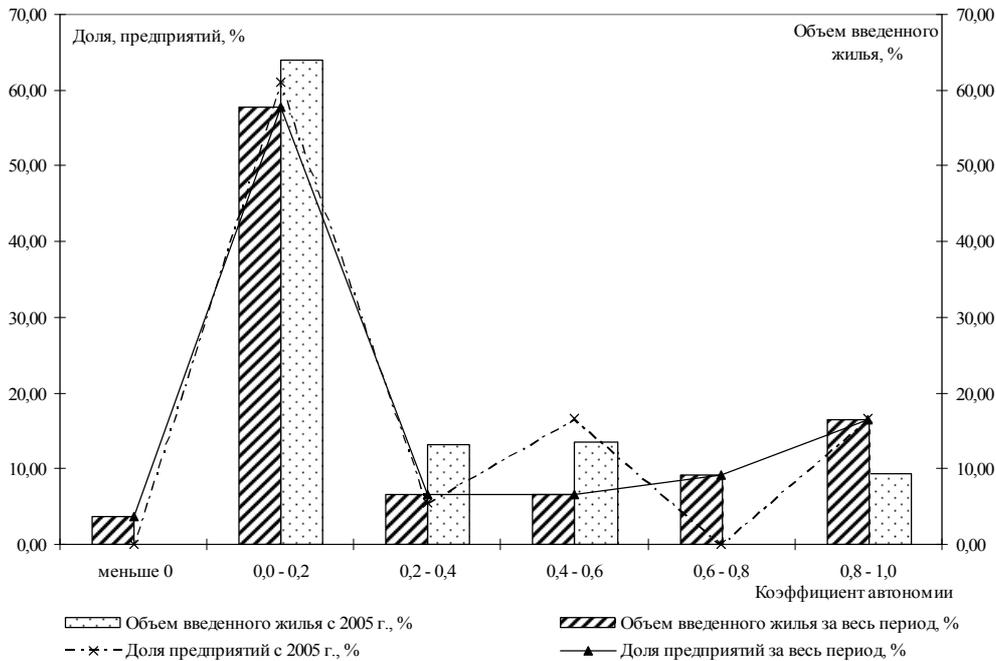


Рис. 3. Группировка строительных предприятий-застройщиков по величине коэффициента автономии

Таблица 1

Коэффициент корреляции объема введенного жилья и различных источников финансирования деятельности строительных предприятий-застройщиков

Коэффициент корреляции	За весь период	Начиная с 2005 года
Коэффициент корреляции объема введенного жилья (м ²) и средней величиной «Капитал и резервов»	0,2422	0,4082
Коэффициент корреляции объема введенного жилья (м ²) и средней величиной «Долгосрочных кредитов и займов»	0,1761	0,2241
Коэффициент корреляции объема введенного жилья (м ²) и средней величиной «Краткосрочных кредитов и займов»	0,3064	0,3305
Коэффициент корреляции объема введенного жилья (м ²) и средней величиной «Кредиторской задолженности»	0,5478	0,5634

банковской гарантии, страхование поставщиком дебиторской задолженности);

- изменение срока уплаты налога и сбора в форме отсрочки, рассрочки или инвестиционного налогового кредита;

- использование векселей.

Необходимо заметить, что, если кредиторская задолженность есть наиболее срочные обязательства предприятия, то наличие кредитов и займов обеспечивает дополнительные возможности строительного предприятия-застройщика по изменению возможностей. В таком случае заемный капитал может привлекаться в форме различных кредитных продуктов (табл. 2), например:

- овердрафт;
- корпоративный овердрафт;
- кредит;
- возобновляемая кредитная линия;
- невозобновляемая кредитная линия;
- рамочная кредитная линия;

- кредит с применением векселей;
- банковская гарантия;
- факторинг.

В условиях финансового кризиса возникает тяжелая задача привлечения дополнительного финансирования в кредитных организациях. Поэтому стоит остановиться на других формах привлечения заемного капитала:

- 1) средства инвесторов-дольщиков;
- 2) закрытый паевый инвестиционный фонд недвижимости;
- 3) облигационный займ.

Самофинансирование – наиболее удобная форма привлечения дополнительного финансирования строительными предприятиями-застройщиками. Привлечение дополнительного финансирования в данном случае возможно через следующие инструменты:

- выпуск акций (увеличение уставного капитала и, возможно, добавочного капитала);

Кредитные продукты финансовых учреждений

Вид заемного капитала	Экономическая сущность
Овердрафт	Разновидность краткосрочного кредитования, когда банк осуществляет платежи со счета клиента при временном отсутствии на нем денежных средств
Корпоративный овердрафт	Банк устанавливает общий лимит овердрафта, исходя из оборота всех интегрированных компаний
Кредит	Предполагает разовую выдачу суммы согласно заключенному кредитному договору
Возобновляемая кредитная линия	Банк устанавливает лимит задолженности, в пределах которого производится выдача и погашение кредита в течение всего срока действия договора об открытии возобновляемой кредитной линии. При этом погашаемая часть кредита увеличивает свободный остаток лимита задолженности
Невозобновляемая кредитная линия	Банк устанавливает лимит кредитования. При открытии невозобновляемой кредитной линии предоставление кредита производится в пределах установленного лимита, при этом погашенная часть кредита не увеличивает свободный лимит кредитования
Рамочная кредитная линия	Открывается для оплаты отдельных поставок товаров в рамках контрактов, реализуемых в течение определенного периода, а также финансирования этапов осуществления затрат, связанных с реализацией целевых (коммерческих) программ организации-заемщика
Кредит с применением векселей	Предоставляются для приобретения простых дисконтных векселей (с нулевым дисконтом) со сроками платежа «по предъявлении, но не ранее определенной даты» или «на определенный день» с целью последующего их использования в качестве расчетно-платежного средства
Банковская гарантия	Обязательство банка-гаранта, выданное по поручению клиента (принципала) (и за его счет), чтобы заплатить получателю (бенефициару) банковской гарантии денежную сумму в соответствии с договором между клиентом и получателем. Выплата производится по представлению письменного требования получателя, а также дополнительных документов, указанных в банковской гарантии
Факторинг	Покупка банком срочных платежных требований, возникающих из поставки товаров (выполнения работ, оказания услуг)

– определение рациональной дивидендной политики, которая позволит направить прибыль на финансирование деятельности.

Оценку **эффективности привлечения дополнительного финансирования** целесообразнее оценивать по изменению показателя рентабельности собственного капитала предприятия.

Рентабельность собственного капитала показывает долю прибыли за исследуемый период в средней величине собственного капитала предприятия за исследуемый период с учетом эффекта финансового рычага, возникающего при привлечении заемного капитала. При этом считаем необходимым учитывать стоимость финансовых затрат, связанных с использованием кредиторской задолженности, так как данный источник также обладает всеми характеристиками кредита: срочность, платность и возвратность.

Группировка строительных предприятий-застройщиков по величине коэффициента рентабельности собственного капитала представлена в табл. 3, 4 и на рис. 4.

Данная группировка позволяет сделать следующие выводы:

1. Больше 40 % исследуемых предприятий имеют значение рентабельности собственного капитала в диапазоне от 0 до 0,2. Данный факт косвенно указывает на то, что политика финансирования деятельности направлена на привлечение и использование собственного капитала.

2. После 2005 г. рентабельность собственного капитала исследуемой выборки предприятий увеличивается, сокращается количество предприятий с отрицательным значением показателя (уменьшилось количество предприятий, которые по результатам отчетного года имели убыток).

3. После 2005 г. объем введенного жилья больше у тех предприятий, которые привлекают заемный капитал.

Определение источника финансирования деятельности является важным моментом в процессе деятельности предприятия. В настоящий момент, как показал анализ, строительные предприятия-застройщики г. Челябинска используют собственный капитал, хотя привлечение заемного капитала позволяет расширить деятельность по введению жилья.

В настоящий момент существует большое разнообразие форм привлечения капитала, напри-

Таблица 3

Группировка строительных предприятий-застройщиков, использующих долгосрочный заемный капитал, по величине рентабельности собственного капитала

Интервал коэффициента РСК	Доля предприятий за весь период, %	Доля предприятий с 2005 г., %	Объем введенного жилья за весь период, %	Объем введенного жилья с 2005 г., %
Больше 1,0	0,00	0,00	0,00	0,00
0,8–1,0	14,29	11,11	25,47	30,66
0,6–0,8	7,14	11,11	21,17	28,83
0,4–0,6	0,00	0,00	0,00	0,00
0,2–0,4	14,29	11,11	6,15	5,66
0,0–0,2	42,86	55,56	29,43	29,80
Меньше 0,0	21,43	11,11	17,77	5,06

Таблица 4

Группировка строительных предприятий-застройщиков, использующих краткосрочный заемный капитал, по величине рентабельности собственного капитала

Интервал коэффициента РСК	Доля предприятий за весь период, %	Доля предприятий с 2005 г., %	Объем введенного жилья за весь период, %	Объем введенного жилья с 2005 г., %
Больше 1,0	5,88	0,00	4,40	0,00
0,8–1,0	17,65	25,00	20,28	33,68
0,6–0,8	5,88	12,50	14,64	27,05
0,4–0,6	0,00	0,00	0,00	0,00
0,2–0,4	11,76	12,50	8,71	6,60
0,0–0,2	29,41	37,50	30,61	27,92
Меньше 0,0	29,41	12,50	21,35	4,75

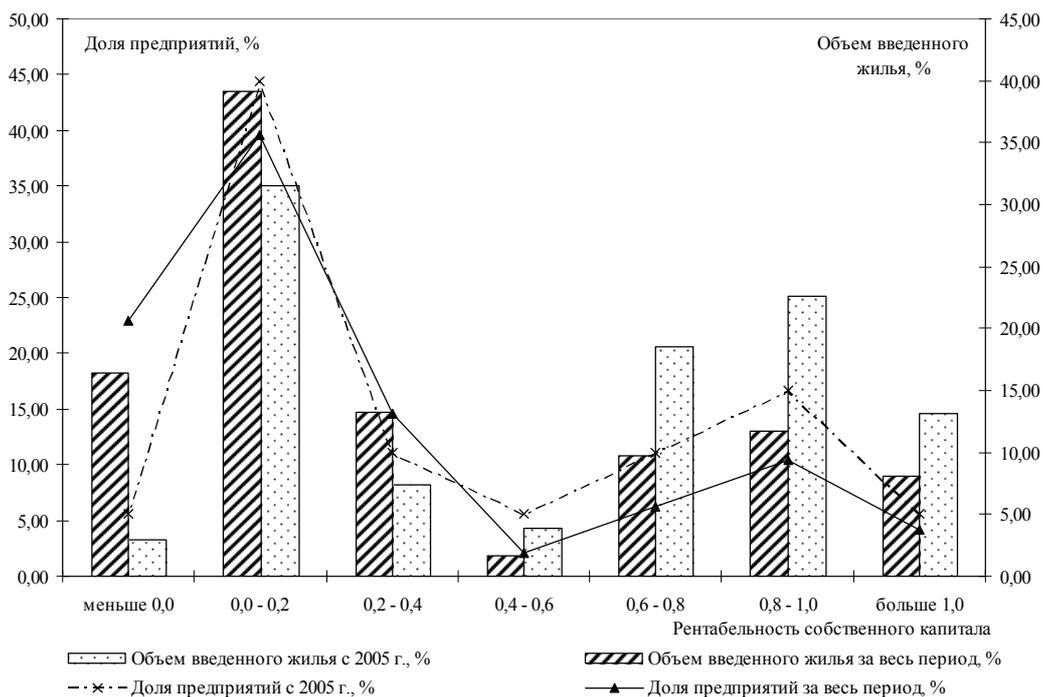


Рис. 4. Группировка строительных предприятий-застройщиков по величине рентабельности собственного капитала

мер: различные банковские продукты, участие инвесторов-дольщиков, создание паевых инвестиционных фондов недвижимости, облигационный займ, самофинансирование.

Одним из способов оценки эффективности привлечения заемного капитала является оценка рентабельности собственного капитала с более глубоким анализом эффекта финансового рычага,

который возникает при использовании заемного капитала.

Стоит отметить, что универсального метода, который позволит принимать решения об источнике финансирования деятельности, не существует. Выбор всегда зависит от внутренней и внешней среды, в которой функционирует предприятие.

Поступила в редакцию 25 февраля 2009 г.

Воложанин Владимир Владимирович. Доктор экономических наук, профессор кафедры экономики, управления и инвестиций Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – экономическая теория; управление социально-экономическими системами, включая промышленные предприятия; государственное регулирование экономики и промышленная политика; региональная экономика; геополитика; экономическая оценка; финансы и финансовый менеджмент. Контактный телефон (8351) 267-92-80.

Volozhanin Vladimir Vladimirovich. Doctor of Economics, professor of the Economics Management and Investment department in South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: economic theory; management of social and economic systems including the industrial enterprises; state regulation of economy and industrial policy; regional economy; geopolitics; economic estimation; finances and financial management. Contact phone: 007-351- 267-92-80.

Бородин Сергей Игоревич. Учебный мастер кафедры экономики, управления и инвестиций Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – финансирование деятельности предприятий. Контактный телефон (8351) 267-92-80.

Borodin Sergey Igorevich. Master at the Economics, Management and Investment department in South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: financing of enterprises. Contact phone: 007-351-267-92-80.

МЕТОДЫ АКТИВИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ В ПРОГРАММАХ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕТАЛЛУРГИИ

Н.К. Топузов

Анализируются особенности процесса разработки программ антикризисного управления за счет активизации процессов ресурсосбережения и изменения организационной культуры и культуры ресурсосбережения.

Ключевые слова: ресурсосбережение, система менеджмента качества, карты оценки потерь, организационная культура ресурсосбережения, антикризисные программы.

Сложность и многообразие причин кризисных явлений в металлургической отрасли обусловлено недостаточным вниманием менеджмента предприятий управлению ресурсосбережением при внедрении систем качества.

Владельцы процессов для успешного прохождения сертификации занимаются формализацией связей по определенной технологии. В то же время требуется поиск новых организационно-структурных, технических, технологических решений с целью выпуска продукции, соответствующей требованиям потребителей, расширения рынков сбыта, поиска новых рыночных ниш на международном рынке продукции. Повышение качественных параметров металлургической продукции еще не гарантирует ее высокий уровень конкурентоспособности. В условиях глобального финансового кризиса необходимо освоить методы эффективно-го снижения ресурсоемкости продукции, и в первую очередь за счет снижения производственных потерь в основных бизнес-процессах металлургического производства.

Одной из причин неудачи внедрения TQM (так же, как и реинжиниринга и других методов повышения эффективности деятельности предприятия) является недостаточное внимание к изменениям в организационной культуре: ценностях, способах мышления, стилях управления и подходах к решению проблем. В статье рассматривается опыт внедрения системы менеджмента качества (СМК), вопросы применения методов менеджмента качества и использования диагностики организационной культуры в области ресурсосбережения на примере ОАО «ЗМЗ» в качестве антикризисных мер.

Разработка и внедрение СМК по международному стандарту на одном из специализированных заводов черной металлургии ОАО «ЗМЗ» началось в 2003 г. после тщательной диагностики системы управления и анализа текущего положения на рынке. Потребовался достаточно длительный период времени для подготовки к сертификации по ISO 9001-2000. В это время СМК пребывала в состоянии постоянного совершенствования, поиске новых организационно-структурных, технических,

технологических решений с целью выпуска продукции, соответствующей требованиям потребителей и стандартам на продукцию, расширением рынков сбыта, поиска новых потребителей на мировом рынке стали.

Формирование СМК – это процесс приведения в соответствие с требованиями международных стандартов уже существующей, но часто не формализованной, системы качества конкретного предприятия. Стандарты показывают, что делать, но не указывают как, не описывают пути к снижению затрат и повышению качества. Однако на этапе внедрения ISO видны узкие места бизнеса, появляется возможность оптимизировать систему, используя широкий спектр различных управленческих подходов: радикально улучшить ключевые показатели (школа реинжиниринга), повысить качество и удовлетворенность клиентов (школа менеджмента качества), оперировать реальной себестоимостью продукции (школа ABC/ABB/ABM), избавиться от запасов и брака, сократить срок выполнения заказа (школа бережливого производства). Логично не противопоставлять различные управленческие подходы, а применять их в нужной последовательности. К примеру, методологии управления качеством на основе ISO 9001 и бережливого производства усиливают друг друга: невозможно заниматься только качеством или только бережливым производством. Прежде необходимо сделать процессы управляемыми и стабильными, применяя инструменты управления на принципах менеджмента качества. Это позволяет учесть требования потребителя, установить целевые ориентиры для процессов и добиться их результативности. И лишь после этого следует приступать к сокращению потерь и повышению эффективности, применяя методы бережливого производства.

С целью расширения сортамента продукции, марок сталей, снижения материалоемкости производства, себестоимости стали, увеличения производства металлопроката и удовлетворения потребностей потребителей на заводе разработана и утверждена программа по техпереворужению, действует программа снижения затрат.

По результатам диагностики системы ресурсосбережения на ОАО «ЗМЗ» выявлено, что ее основу составляют формальные процедуры, применение методов статистического анализа, контроля и измерения процессов. В целом СМК еще полностью не отвечает требованиям концепции бережливого производства: процессы формализованы, но не оптимизированы, требуется полная автоматизация учета для контроля основных показателей, не проработана система управления качеством ресурсосбережения. Завод, как и практически все другие компании отрасли, работает по принципу выталкивающей производственной системы, где в центре внимания ожидаемые показатели продаж. Исходя из них и производится продукция: каждое изделие проталкивается на следующий этап технологического процесса. В результате накапливаются крупные запасы готовой продукции. При этом нет уверенности, что все произведенное будет продано. В то же время концепция бережливого производства ориентирована на «вытягивающий» процесс. В такой системе компоненты доставляются на производственную линию по мере необходимости. Обеспечивается беспрепятственное движение потока создания ценности для клиента. Конкурентное преимущество достигается за счет способности предоставить на рынок требуемый продукт с требуемым качеством в течение ограниченного времени. Это обеспечивается хорошей координацией между закупками, производством, маркетингом и продажами.

По мнению многих экспертов, занимающихся внедрением бережливого производства, «точно вовремя» – это вершина айсберга. Это пик производственной системы, до которого еще нужно добраться, пройдя последовательно все этапы со-

вершенствования производственного потока. Для этого в каждом процессе выявляются потери (рис. 1), которые целесообразно анализировать с помощью аттестационных карт по ключевым показателям: запасам, дефектам, простоям, перепроизводству, лишним движениям, ненужной транспортировке, избыточным процессам [1]. Потери должны исключаться одна за другой путем периодической аттестации бизнес-процессов до достижения уровня соответствия.

В рамках исследования была произведена оценка потерь рабочего времени в производственном процессе на ОАО «ЗМЗ». Структура потерь по разным факторам представлена в табл. 1, потери были выявлены в ходе анализа бизнес-процессов в сталеплавильном и прокатном производстве. В табл. 2 произведен выбор инструментов, за счет которых можно в той или иной степени снизить потери.

Для мониторинга изменений и оценки эффективности проводимых мероприятий анализ потерь необходимо проводить с определенной периодичностью и отслеживать изменения показателей в динамике: общее снижение по каждому виду потерь необходимо проводить, пока не будет достигнут целевой контрольный параметр.

При реализации тех или иных методов менеджмента качества важно понимать, что это не просто набор эффективных инструментов, а целостная система, которая в идеале должна стать сущностью поведения каждого работника, новой культурой. Главный барьер на пути успешного внедрения концепции бережливого производства – человеческий фактор, сопротивление реформам. Помимо тщательно разработанных программ и формализованных процедур в организационной



Рис. 1. Основные методы устранения потерь в производственных процессах

Таблица 1

Качественная оценка потерь рабочего времени

Вид потерь	Влияние на неэффективное использование рабочего времени	Цели и предполагаемые методы устранения потерь
Перепроизводство	Производство, значительно превышающее объемы отгрузки, приводит к дополнительным затратам времени (до 3 %) в последующих переделах	Производится именно тот продукт и в то время, в которое он востребован. Производится оперативный учет производственных показателей
Дефекты	Превышение нормы исправимого брака увеличивает длину технологического цикла в среднем на 5 %	Повышение стабильности работы электросталеплавильных печей. Контроль качества производится персоналом
Передвижения	Большое количество разнородных операций на одном производственном этапе требует больше на 3,5 % затрат времени на поиск необходимых предметов труда	Регламентирование операционных процедур, исключение затрат времени на поиск необходимых комплектующих
Транспортировки	Несогласованные поставки материалов увеличивают время на разгрузку-погрузку в среднем на 3 %	Материалы поставляются в необходимом количестве в нужное время по системе вытягивания
Запасы	Невозможность в полном объеме «протолкнуть» металл на следующий этап производства создает дополнительные временные затраты на перемещение запасов на склад цеха, обработку и контроль	Металлопродукция обрабатывается не по приходу слитков, а по заявке на заготовку
Излишняя обработка	На дублирование взвешивания слитка на разном весовом оборудовании теряется до 2,5 % времени	Усовершенствование и регламентирование схемы взвешивания. Быстрое приведение в соответствие настроек оборудования
Ожидание	Внеплановые простои по причине простоя оборудования	Диагностика и совершенствование системы обслуживания оборудования (ТРМ)

Таблица 2

Аттестационная карта потерь по основному бизнес-процессу, %

Инструменты для устранения потерь	Обнаруженные потери до 25 % рабочего времени						
	Перепроизводство	Дефекты	Передвижения	Транспортировка	Запасы	Излишняя обработка	Ожидание
	3 %	5 %	3,5 %	3 %	1 %	2,5 %	8 %
Организация рабочих мест (система 5S)			0,5		0,1		0,4
Система всеобщего ухода за оборудованием (ТРМ)		0,75				0,13	1,74
Визуальный контроль	0,12	0,43			0,08	0,05	
Стандартные операционные процедуры (наличие прописанных регламентов)	0,10	0,53	0,56			0,18	0,45
Точно вовремя, Канбан	0,37			0,88	0,20	0,25	
Рейнжиниринг бизнес-процессов						0,38	0,43
Статистические методы контроля качества	0,17	0,35					0,08
Управление логистикой				0,75			
Защита от ошибок	0,07	0,23					0,75
Быстрая переналадка	0,25	0,25	0,51			0,50	0,30
Итого устранение потерь	1,1	2,53	1,58	1,63	0,40	1,48	4,14
Всего устранения потерь	12,8 %						
Уровень потерь после реализации мероприятий	25 – 12,8 = 12,2 %						

культуре предприятия необходимо выделить факторы, определяющие успешность внедрения методов качества, и интегрировать их в программу антикризисных мер.

На рассматриваемом предприятии исследование проводилось в два этапа: вначале был составлен профиль организационной культуры, затем в рамках той же теоретической модели, на которой основана методика OCAI [2], диагностировалась система ресурсосбережения. Анкетирование проводилось среди представителей высшего и среднего менеджмента предприятия, многие из которых выполняют роль владельцев процессов действующей СМК.

Профиль общей культуры ОАО «ЗМЗ», а также профиль системы ресурсосбережения интерпретировались с точки зрения четырех разрезов сравнения результатов:

- по доминирующему типу культуры;
- по различию между существующей и предпочитаемой будущей культурой;
- по совместимости сегодняшнего и предпочтительного профиля культуры, а также существующего и желаемого состояния системы ресурсосбережения;
- по согласованности профиля культуры с тенденциями в изменении системы ресурсосбережения.

Результаты исследования представлены в табл. 3.

Доминирующим типом культуры завода явля-

ется бюрократия (иерархический тип). Это тип организационной культуры характеризуется как формализованная и структурированная система управления. Бюрократическая культура способствует внедрению таких инструментов ресурсосбережения, как прописанные регламенты, статистические методы, защита от ошибок. Однако излишняя формализация процессов мешает проводить реинжиниринг, быструю переналадку оборудования, внедрять TPM и 5S. По оценке будущего состояния культура стремится к клановому типу, характеризующемуся высоким доверием между сотрудниками. В клановой культуре основное внимание уделяется развитию человеческих ресурсов, здесь удачными для реализации окажутся бригадные формы организации труда, методы визуального контроля и 5S. Переход от реального состояния к желаемому должен осуществляться через совершенствование системы мотивации персонала, повышение уровня квалификации и лояльности работников, повышения профессионализма сотрудников, а также необходимости совершенствования бизнес-процессов организации в направлении снижения зависимости от жестких регламентов, иерархических связей, что позволяет предприятию обеспечить более адаптивную систему управления.

Как видно на рис. 2, профиль культуры и системы ресурсосбережения совпадает. В ресурсосбережении преобладают формальные процедуры управления качеством: измерение, инструменты

Таблица 3

Результаты диагностики организационной культуры и культуры ресурсосбережения на ОАО «ЗМЗ»

	Культура		Система ресурсосбережения	
	теперь	предпочт.	теперь	предпочт.
А	10	40	9	35
В	13	29	12	33
С	35	20	27	17
Д	43	11	52	15

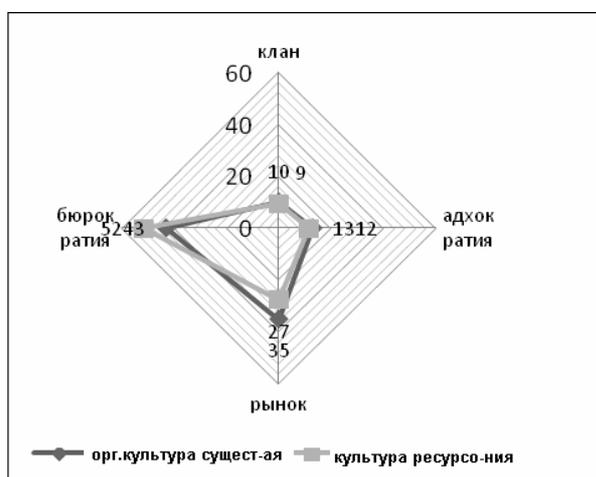


Рис. 2. Существует профиль организационной культуры и культуры ресурсосбережения

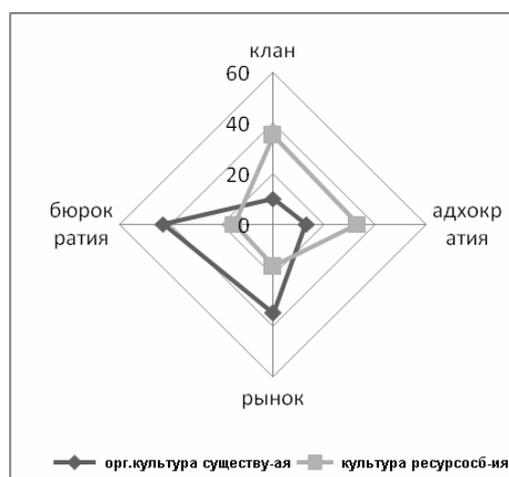


Рис. 3. Противоречивость профиля существующей организационной культуры и культуры ресурсосбережения в будущем

статистического анализа, контроль и обнаружение ошибок. Однако для совершенствования системы с целью получения более высоких результатов требуется использование и других видов деятельности, характерных для остальных типов культуры. В табл. 4 они ранжированы в соответствии с наибольшей важностью для существующего типа культуры.

тию новой культуры управления (рис. 3), а реализацию антикризисных программ трудно осуществить без соответствующих воздействий на изменение ценностей, мышления, стиля управления.

Подводя итог проведенному исследованию, хотелось бы отметить, что конструкция конкурирующих ценностей помогает обеспечить восторженный подход к решению проблем антикризисно-

Таблица 4
Факторы, определяющие успешность реализации методов ресурсосбережения в программе антикризисного управления

Клан	Приоритет	Адхократия	Приоритет
Наделять полномочиями	2	Удивлять и восхищать инициативами	17
Создавать бригады	13	Создавать новые стандарты	6
Вовлекать персонал в процессы управления	1	Предвидеть потребности	5
Развивать человеческие ресурсы	10	Продолжать совершенствование процессов	11
Обеспечивать открытость общения	3		
Иерархия	Приоритет	Рынок	Приоритет
Обнаруживать ошибки и наказывать персонал	9	Измерять предпочтения потребителей	4
Измерять параметры процессов	16	Повышать функциональные свойства продукции	12
Контролировать процессы	15	Осуществлять творческое партнерство	8
Систематически решать проблемы отклонений от норм	18	Повышать конкурентоспособность	14
Применять инструменты статистического анализа	19	Вовлекать потребителей и поставщиков в собственные процессы	7

Как видно из табл. 4, для успешной реализации инструментов системы антикризисных мер необходимо включение видов деятельности, которые типичны для клановой культуры, таких как предоставление полномочий, комплектование бригад, вовлечение персонала в систему управления, развитие человеческих ресурсов и открытость общения. Если же ресурсосбережение на заводе будет продолжать базироваться на иерархических видах деятельности, достижение запланированных показателей качества произойдет не скоро. Однако и переход на ресурсосберегающие методы не произойдет, если персонал не подготовить к приня-

го управления. Результаты диагностики следует использовать при выборе и внедрении инструментов снижения потерь, реформировании процессов, обучении и подготовке персонала.

Литература

1. Дао Тойота: 14 принципов менеджмента ведущих компаний мира / Д. Лайкер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 402 с.
2. Камерон, К. Диагностика и измерение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн; пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. – 302 с.

Поступила в редакцию 10 марта 2009 г.

Топузов Николай Константинович. Кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой антикризисного управления Южно-Уральского государственного университета, Челябинск. Область научных интересов – управление ресурсосбережением, экономика предприятия, стратегический менеджмент, управление качеством. E-mail: diaku@yandex.ru,

Topuzov Nikolay Konstantinovich, Candidate of Economic, associate professor, Head of the Crisis department, South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: management of resource-saving, economy of an enterprise, strategic management, quality management. E-mail: diaku@yandex.ru.

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

ББК 4481.00 + 4489.53

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ ПРОЦЕССОМ УНИВЕРСИТЕТА ПРИ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Ю.В. Подповетная

Обоснована актуальность системно-синергетического подхода к управлению научно-образовательным процессом в университете. Особое внимание уделено признакам научно-образовательного процесса и специфике управления гуманно ориентированным научно-образовательным процессом университета.

Ключевые слова: научно-образовательный процесс, системно-синергетический подход, принцип гуманизма, субъекты управления.

Для современных университетов характерна паритетность функций обучения, воспитания и исследования, научного познания. Это обусловлено спецификой требований к образованности выпускников университета, неотъемлемой частью которой являются готовность к самостоятельному осуществлению исследований и традиции становления отечественной науки в стенах университета. В университетском образовании происходит интеграция процессов образования и исследования. Результатом такой интеграции является научно-образовательный процесс университета.

В научно-образовательном процессе обучение, воспитание и исследование выступают как взаимосвязанные стороны целого. Обучение и исследование направлены на воспитание необходимых качеств специалиста с университетским образованием (инициативность, креативность, нравственность ученого). Воспитание в студенте качеств, благоприятствующих учению (трудолюбие, целеустремленность, настойчивость в достижении целей, добросовестность и др.), способствует повышению уровня обучения и исследований в научно-образовательном процессе. Исследование, в свою очередь, может выступать как средство обучения и воспитания студентов.

Таким образом, научно-образовательный процесс представляет собой «не механическое соединение научного и образовательного процессов, а их синтез» [4]. Синтез означает, что признаки научно-образовательного процесса не повторяют признаков научного и образовательного процессов. Он имеет собственную специфику, отличающую его и от образовательного, и от научного процессов.

Научно-образовательный процесс имеет свои отличительные признаки, которые выявлены с позиции гуманно ориентированной системно-синергетической методологии [4]. Для него характерны:

- научно-педагогическая деятельность профессорско-преподавательского состава;
- высокая методологическая культура профессорско-преподавательских кадров;
- педагогическое партнерство в реализации единого методического замысла;
- интеграция педагогически сопровождаемой научной и образовательной деятельности студентов;
- паритетные начала учебно-научно-педагогического взаимодействия профессорско-преподавательского состава и студентов [1].

Учебно-научно-педагогическое взаимодействие профессорско-преподавательского состава и студентов представляет собой совместное и согласованное осуществление субъектами деятельности учения, преподавания (само) воспитания и научного исследования.

Содержательный компонент научно-образовательного процесса имеет следующие особенности [4]:

- 1) в содержании отражаются научные достижения (по средствам авторских курсов, ограниченного включения соответствующих разделов в читаемые дисциплины);
- 2) в содержание следует включать элементы социального опыта научно-исследовательской деятельности (задания для подготовки студентов к научному исследованию, к которым предъявляются требования преемственности, межпредметности, взаимосвязи с курсовыми и дипломными работами);
- 3) решение образовательно-исследовательских задач (предполагает научно-педагогическое содействие студентам в их решении);
- 4) предъявляются для обсуждения актуальные проблемы научных исследований (связанные с выбранной специальностью).

Также особенностью научно-образовательного процесса является единая направленность учебной, профессиональной педагогической и научной деятельности на достижение гуманных целевых приоритетов, на реализацию университетской образовательной программы.

Субъектами научно-образовательного процесса являются профессорско-преподавательский состав, научные сотрудники и студенты.

Во взаимодействии профессорско-преподавательского состава и студентов реализуются различные функции. Профессорско-преподавательским составом осуществляются управленческая, содейственная, образовательная, преподавательская, поисковая, гносеологическая и др. функции. Для студентов характерны образовательная, исследовательская, коммуникативная функции, а также функция самоуправления.

Очевидно, что так или иначе, субъектами научно-образовательного процесса оказывается влияние на него. С одной стороны, педагогические работники профессионально подготовлены к управлению научно-образовательным процессом. Они опираются на собственную профессиональную квалификацию, базирующуюся на профессиональной образованности, на личном опыте педагогической и научно-исследовательской деятельности. С другой стороны, студенты имеют личные ресурсы управления, которые ограничены природоопределенными задатками, развившейся образованностью и приобретенным личным опытом участия в научно-образовательных процессах. С третьей стороны, ректорат, его управляющие подразделения создают условия, в которых осуществляется научно-образовательный процесс с участием студента. Это нормативно-регламентирующие, перспективно-ориентирующие, деятельностно-стимулирующие и коммуникативно-информационные условия, в которых взаимодействуют друг с другом профессорско-преподавательский состав и студенты университета.

Профессорско-преподавательский состав, действуя в рамках своей компетенции, выстраивает и внедряет в практику научно-образовательного процесса различные управленческие траектории. Студент как субъект своей деятельности не только исполняет замысел (задания) преподавателей, но и определяется со своей самореализацией в рамках научно-образовательного процесса. Прежде всего, он управляет самообразованием. Субъекты внешнего управления (профессорско-преподавательский состав, ректорат) содействуют ему в этом.

Каждый субъект управления по-своему (специфично) трактует управление научно-образовательным процессом в университете. В соответствии с этим он и выстраивает свою управленческую деятельность во взаимодействии с партнерами. Субъекты внешнего управления научно-образовательным процессом сталкиваются с фактами разного толкования одних и тех же явлений. В этом случае не всегда возможно прийти к

согласию. Это препятствует осуществлению управленческого взаимодействия.

Таким образом, практика управления научно-образовательным процессом университета характеризуется явным намерением субъектов влиять на данный процесс. Однако в педагогике не разработано целостной концепции управления научно-образовательным процессом университета. Поэтому нам представляется необходимым в рамках данной статьи рассмотреть некоторые аспекты управления научно-образовательным процессом в университете.

Управление какими-либо процессами осуществляется с определенной целью. Управление научно-образовательным процессом университета нацелено на подготовку специалистов, обладающих фундаментальными знаниями и способных к самостоятельным научным исследованиям. Очевидно, что достижение этой цели значимо только при условии здоровьесбережения участников данного процесса [5].

Следует отметить, что управление научно-образовательным процессом университета имеет уровневую вертикаль. Можно выделить по вертикали следующие уровни: административный уровень (ректорат, управляющие подразделения), педагогический уровень (профессорско-преподавательский состав, вспомогательный персонал), студенческий уровень (уровень самоуправления). Между уровнями имеют место вертикальные взаимосвязи. В них явно выражена иерархическая соподчиненность уровней сверху вниз.

Если вертикальные взаимосвязи управления научно-образовательным процессом представляются достаточно четко, то с горизонтальными дела обстоят менее определенно, так как взаимосвязи управления между субъектами одного и того же уровня практически не регламентированы. Решение этой проблемы необходимо, так как взаимное согласование способов управления научно-образовательным процессом университета способствует целостному влиянию на научно-образовательную деятельность студентов по сравнению с разрозненными и фрагментарными способами влияния.

Поэтому необходимо направить управление научно-образовательным процессом университета на единение управленческого взаимодействия между его субъектами. А в идеале трансформировать управленческое взаимодействие субъектов управления научно-образовательным процессом университета в управленческое взаимодействие друг друга, направленное на достижение общих целей и осуществляемое в соответствии с единой стратегией. Действуя в рамках своей компетенции, субъекты управления научно-образовательным процессом выстраивают и внедряют в практику университета различные средства влияния на профессиональное образование студента.

Итак, практика управления научно-образовательным процессом университета характеризуется

явным намерением субъектов влиять на этот процесс. Осуществление научно-образовательного процесса происходит путем управленческого взаимодействия различных участников образования, которые по-своему воспринимают установленные ориентиры. Понятна значимость сотрудничества (синергизма) между ними. Сотрудничество субъектов управления научно-образовательным процессом сопровождается и самоорганизацией. Поэтому реализацию управления научно-образовательным процессом университета имеет смысл соотносить с проявляющейся общностью намеренного влияния и самоорганизацией в управленческом взаимодействии субъектов, ориентирующихся на системно выраженные средства осуществления научно-образовательного процесса. Это выражает системно-синергетическую стратегию управления образованием человека [2, 3, 6–8 и др.].

Целесообразность опоры на системно-синергетическую стратегию управления образованием человека обуславливается не только значимостью учета закономерностей, свойственных системам, человеку в целом и социальным группам. Системно-синергетическая стратегия управления научно-образовательным процессом университета предполагает выдвижение человека в целом на передний план. Это означает, с одной стороны, что управление научно-образовательным процессом университета осуществляется во имя студента. С другой стороны, в управлении научно-образовательным процессом ведущая роль принадлежит его управленческому взаимодействию с партнерами (с другими участниками образования в университете).

Выдвижение человека на передний план в управлении научно-образовательным процессом университета вполне согласуется с принципом гуманизма. Базируясь на целостном отношении к отдельному человеку, к людям, в разных трактовках гуманизма рассматриваются различные соотношения между ценностями отдельного человека, групп людей, общества в целом. Ясно, что содержательный смысл гуманизма существенно зависит от того, как представляются соотношения между соответствующими ценностями.

Учитывая целесообразность соотношения социальных и личных ценностей, компромисс между ними видится в социальной приемлемости тех или иных личных ценностей различных людей. Тогда гуманизм в отношении человека трактуется как социальное признание его права руководствоваться социально приемлемыми личными ценностями.

Опираясь на указанную выше определенность в трактовке гуманизма по отношению к человеку, Г.Н. Сериковым предложен образ гуманного образования [6–8 и др.]. Соответствующее представление о гуманном управлении научно-образовательным процессом университета базируется на идее педагогической поддержки природоопределенной склонности студента к самореализации.

При этом предполагается, что гуманно ориентированное управление научно-образовательным процессом университета характеризуется следующими признаками.

Гуманно ориентированное управление научно-образовательным процессом университета базируется на иерархической приоритетности сущностных свойств субъектов управления. Приоритет сущностных свойств предполагает управление научно-образовательным процессом в зависимости от специфики выявляемых свойств субъектов от обнаруживаемых тенденций их развития. Именно от этого зависит выбор средств педагогического влияния на научно-образовательную деятельность студента, выбор целей гуманного образования [4, 8].

Другим признаком гуманного управления научно-образовательным процессом университета является четко выраженная его направленность на позитивно ориентированное развитие готовности студентов к самореализации в социально приемлемом русле. Это означает, что цели гуманно ориентированного управления научно-образовательным процессом университета, соподчиняясь проявляющейся в этом процессе специфики студента, оказываются четко сориентированными на педагогическое содействие развитию его готовности к самореализации.

Третий признак гуманно ориентированного управления научно-образовательным процессом университета касается характеристики особенностей взаимодействия участников соответствующего процесса. Так как основными участниками научно-образовательного процесса являются профессорско-преподавательский состав университета и студенты, то фактически речь идет, прежде всего, о характеристике учебно-научно-педагогического взаимодействия участников этого процесса. При этом каждый участник гуманно ориентированного управления научно-образовательным процессом университета наделяется такими управленческими функциями, которые он в состоянии выполнить.

Последний признак гуманно ориентированного управления научно-образовательным процессом университета состоит в целесообразности пользоваться системно выстраиваемыми средствами осуществления научно-образовательного процесса. При этом ведущим основанием конструирования педагогических средств управления научно-образовательным процессом университета признаются не цели, а выявленные тенденции в образовании студента университета [4, 8].

Имея в виду вышесказанное, становится возможным связать между собой системно-синергетическую стратегию управления научно-образовательным процессом университета с принципом гуманизма. Тогда уже речь идет о системно-синергетической стратегии управления гуманно ориентированным научно-образовательным процессом университета.

В условиях гуманно ориентированного управления научно-образовательным процессом университета студент оказывается нацеленным на самореализацию своих сущностных свойств в социально приемлемых проявлениях. Его участники побуждаются к проявлениям себя так, чтобы не навредить ни себе, ни другим людям, ни окружающей природе. В создаваемых условиях гуманно ориентированного научно-образовательного процесса университета каждому человеку предоставляется значительная субъектная компетенция. Содействие студенту в намерениях самореализации своих сущностных свойств способствует становлению его собственной гуманно ориентированной «Я-концепции». В соответствии с ней он проявляет свою гуманность.

Рассматривая гуманно ориентированный научно-образовательный процесс университета, остановимся на специфике управления им. Она обусловливается замыслами системно-синергетической стратегии управления научно-образовательным процессом университета.

Специфика управления гуманно ориентированным научно-образовательным процессом видится в явно выраженной направленности на поддержку самоуправления студентов [6, 7, 9]. Студент как субъект своей деятельности не только исполняет замысел (задания) внешних субъектов (профессорско-преподавательского состава и ректората), но и определяется с самореализацией в рамках научно-образовательного процесса. Прежде всего, он управляет самообразованием. Профессорско-преподавательский состав в рамках своей компетенции призван содействовать студенту в этом. В частности, решение образовательно-исследовательских задач студенты выполняют при научно-педагогическом содействии.

Самоуправление не всегда является успешным в плане его готовности к самореализации. Поэтому в управлении научно-образовательным процессом необходимо сделать акцент на паритете субъектов научно-образовательного процесса в их управленческом взаимодействии. Паритетность в данном случае понимается как предоставление субъектам взаимодействия (преподавателям и студентам) равных возможностей реализации их компетенций. Реально же наблюдаются различия компетенций, способностей, уровней готовности к осуществлению образования и исследования, к управлению и самоуправлению ими.

Передавая студенту функции в учебно-педагогическом взаимодействии, выполнение которых требует активного проявления его самоуправления гуманно ориентированным научно-образовательным процессом, профессорско-преподавательский состав и ректорат содействуют становлению способностей студента к самоуправлению.

Кроме того, понятно, что гуманно ориентированный научно-образовательный процесс в университете предполагает создание таких условий, в

которых нагрузки на образующегося человека не сказывались бы на здоровье участников учебно-научно-педагогического взаимодействия. Поэтому одна из целей управления заключается в том, чтобы в гуманно ориентированном научно-образовательном процессе здоровье студента не ухудшалось, а по возможности улучшалось по каким-то показателям.

Также необходимо отметить, что управление научно-образовательным процессом университета предъявляет новые требования к компетентности научно-педагогических кадров. Во-первых, готовность преподавателя высшей школы сочетать научную и педагогическую деятельность. Во-вторых, владеть современными технологиями научно-образовательного процесса, в том числе технологиями оказания педагогического содействия становлению готовности студентов к исследованию. В-третьих, развитие готовности профессорско-преподавательских кадров к организации и осуществлению научно-образовательного процесса.

Таким образом, резюмируя вышесказанное, системно-синергетическое управление гуманно ориентированным научно-образовательным процессом университета обеспечивается:

- паритетом субъектов научно-образовательного процесса в их управленческом взаимодействии;
- совершенствованием управленческого взаимодействия субъектов управления научно-образовательным процессом, направленным на взаимодействие друг другу в реализации своих полномочий в рамках управления научно-образовательным процессом университета;
- научно-педагогическим содействием становлению способностей студента к самоуправлению научно-образовательной деятельностью.

Целостность управления научно-образовательным процессом достигается за счет выстраивания «управленческой вертикали», базирующейся на общей стратегии. Руководящие субъекты управления создают условия (нормативно-регламентирующие, перспективно-ориентирующие, деятельностно-стимулирующие и коммуникативно-информационные).

Кроме того, необходимо расширение и углубление горизонтальных взаимосвязей субъектов управления научно-образовательным процессом, занимающих в «управленческой вертикали» иерархически одинаковый уровень. Этому способствует:

- создание условий для развития профессиональной управленческой квалификации профессорско-преподавательского состава университета, способствующей осуществлению его функций в гуманно ориентированном научно-образовательном процессе;
- внедрение системных средств, используемых в управлении гуманно ориентированным научно-образовательным процессом;

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

- обеспечение социальной защиты участников гуманно ориентированного научно-образовательного процесса;

- объединение научно-образовательного процесса с организованными формами досуга и отдыха участников гуманно ориентированного научно-образовательного процесса.

Литература

1. Агеев, В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы / В.С. Агеев. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 236 с.

2. Ильясов, Д.Ф. Теория управления образованием: учеб. пособие по спец. курсу для студ. пед. специальностей и рук-ей образоват. учреждений / Д.Ф. Ильясов, Г.Н. Сериков. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2004. – 344 с.

3. Куган, Б.А. Управление образовательной системой: взаимодействие субъектов регионального и муниципального уровней / Б.А. Куган, Г.Н. Сериков. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2000. – 357 с.

4. Котлярова, И.О. Научно-образовательный процесс в университете // Методология и мето-

дика формирования научных понятий у учащихся школ и студентов вузов: материалы X Всерос. науч.-практ. конф. 17–19 мая 2004 г. / И.О. Котлярова, Г.Н. Сериков. – Челябинск: Изд-во ЧГПУ, 2004. – С. 24–27.

5. Рузавин, И.Г. Синергетика и системный подход / И.Г. Рузавин // Философские науки. – 1985. – № 5. – С. 48–55.

6. Сериков, Г.Н. Управление образованием: Системная интерпретация: монография / Г.Н. Сериков. – Челябинск: Изд-во ЧГПУ «Факел», 1998. – 664 с.

7. Сериков, Г.Н. Элементы теории системного управления образованием: в 4-х ч. Ч. 1: Системное видение образования / Г.Н. Сериков. – Челябинск: Изд-во ЧГТУ, 1994. – 169 с.

8. Сериков, Г.Н. Системность и гуманность в управлении образованием / Г.Н. Сериков // Наука и образование Зауралья. – 1999. – № 1–2(4–5). – С. 8–9.

9. Сериков, Г.Н., Сериков, С.Г. Здоровьесбережение в гуманном образовании: монография / Г.Н. Сериков, С.Г. Сериков. – Екатеринбург – Челябинск: Изд-во ЧГПУ, 199. – 242 с.

Поступила в редакцию 14 апреля 2009 г.

Подповетная Юлия Валерьевна. Кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Экономика торговли» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – управление образовательным процессом в высших образовательных учреждениях. Контактный телефон (351) 267-93-03. E-mail: y-u-l-i-a-v-a-l@mail.ru

Podpovetnaya Yuliya Valerievna. Candidate of Pedagogy, associate professor at the Trade Economics department of the Commerce faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests – educational processes management in institutions of higher education. Telephone 007-351-267-93-03. E-mail: y-u-l-i-a-v-a-l@mail.ru

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ МЕЗОЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Н.В. Яковлева

В статье поставлена задача разработки системного подхода к формированию эффективных механизмов инновационной деятельности. Обосновывается возможность применения базовых положений системно-интеграционной концепции и институционально-эволюционной теории в анализе систем мезоэкономического уровня. Предложена типология микро- и мезоэкономических систем инновационной экономики по пространственно-временным характеристикам.

Ключевые слова: мезоэкономические системы, системно-интеграционная концепция, институционально-эволюционная теория, национальная инновационная система, региональная инновационная система.

Характеризуя переход мировой экономики на инновационный путь развития, большинство исследователей признает, что основной чертой современного типа воспроизводства является формирование национальных инновационных систем (НИС), обеспечивающих инновационные процессы и виды деятельности. Российскими учеными и практиками проделана значительная работа по анализу возможностей перехода к инновационной экономике: проведена оценка состояния инновационного потенциала российских регионов и инновационной системы страны в целом, выявлены основные проблемы и ограничители ускорения инновационных процессов, предложены пути развития инновационной деятельности и предпринимательской среды [1–3].

В настоящее время НИС нашей страны претерпела существенные изменения: созданы новые институциональные структуры, изменились финансовые институты и механизмы финансирования инновационной деятельности, выстраиваются механизмы взаимодействия между федеральными и региональными институтами власти, приняты отдельные нормативно-правовые основы законодательства по инновационной деятельности. Однако исследователи отмечают, что на данном этапе мы имеем во многом разобщенные элементы инновационной системы, в которой часто отсутствуют четко выраженные функции и связи.

Многочисленные публикации по решению проблем перехода к инновационной экономике, а также действия, предпринимаемые государственными и региональными властями в этом направлении, позволяют поставить задачу разработки системного подхода к формированию эффективных механизмов инновационной деятельности. Назрела необходимость в разработке самостоятельной классификации инновационных экономических систем, базирующейся на комплексной оценке качества системы, существенных для решения поставленной задачи – формирования методологии стратегического планирования регионов на основе инновационного развития.

В качестве рабочего понятия «мезоэкономика» используем наиболее часто встречающееся в экономической литературе определение, основанное на перечислении объектов, составляющих предметную область исследования. Мезоэкономика – это подсистема экономической системы страны, включающая регионы, отрасли, комплексы, группы предприятий и организаций, а также научные дисциплины их изучающие. Предметом исследования мезоэкономики является экономическое взаимодействие и развитие регионов, отраслей, комплексов, групп предприятий и организаций.

Сложность, многообразие и полифункциональность объектов мезоэкономического уровня требуют соответствующих методологических подходов к исследованию их развития в условиях новой экономики. В этой связи системно-интеграционный подход, в рамках которого намечается интеграция неоклассического, институционального и эволюционного направлений экономической теории, представляется перспективным в решении фундаментальных и прикладных проблем мезоэкономики.

Объективной основой интеграции трех указанных направлений экономической науки являются глубокие системные преобразования, произошедшие в России и других странах бывшего «социалистического лагеря». Я. Корнай отмечает: «В данном случае история нам подарила настоящую лабораторию» [4, с. 13], в которой проверяется работоспособность различных подходов и методологий экономической науки. Практика реформирования показала, что традиционные для развитых стран неоклассические модели регулирования экономики, основанные на тесной взаимозависимости между микро- и макроэкономическими процессами, не являются универсальными и имеют пределы своей компетенции. Вводя понятие системной парадигмы экономического развития, Я. Корнай подчеркивает, что она призвана «...дополнить, а не заменить другие парадигмы, которые применимы в их собственных границах» [4, с. 16].

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

Развитие системной парадигмы в социально-экономических исследованиях имеет длительную историю и связано с именами К. Маркса, Т. Веблена, Ф. Найта, Д. Коммонса, Д.К. Гэлбрейта, В. Ойкена, Й. Шумпетера, К. Поляни, Г. Мюрдаль, Л. Фон Мизеса, Ф. Хайека и других. В нашей стране также накоплен значительный и уникальный в своем роде методологический инструментарий по управлению социально-экономическими системами в условиях централизованной экономики. В исследованиях российских экономистов всегда выделялся мезоэкономический уровень анализа (отрасли, регионы, ТПК и т. п.), который был достаточно хорошо теоретически и методологически проработан. Следует отметить вклад Д.М. Гвишиани, Л.В. Канторовича, Н.И. Лапина, С.С. Шаталина, Н.П. Федоренко, Д.С. Львова, Л.И. Абалкина, А.Г. Гранберга, Б.З. Мильнера и других в формирование научной школы системных исследований в сферах хозяйственного управления, регулирования территориального развития, управления научно-техническим прогрессом, отраслевого и межотраслевого управления, программно-целевого подхода в управлении.

В переходной экономике России мезоэкономическая «самоорганизация» способствовала формированию специфического российского феномена – «экономики физических лиц», где поведение предприятий и организаций определяется личными интересами руководителей предприятий [5]. В то же время в последние годы наблюдается отраслевая и межотраслевая консолидация предприятий в новых для России мезоэкономических формах, таких как холдинги, сетевые структуры, кластеры.

Обеспечение эффективного функционирования зарождающихся мезоэкономических структур возможно при условии формирования адекватных современным условиям мезоэкономических институтов. Представляется, что решение этой сложной задачи следует искать, базируясь на системно-интеграционной концепции, развиваемой в ЦЭМИ РАН чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнером и его школой. Для этих целей предлагаем использовать разработанную специалистами ЦЭМИ РАН новую типологию экономических систем, основанную на расположении системы в пространстве и времени, на ограниченности или неограниченности занимаемого системой пространственного объема и временного промежутка [6, 7]. В соответствии с данной типологией выделяются четыре принципиально различных типа систем: объекты, среды, процессы и проекты, к которым можно отнести микро- и мезосистемы инновационной экономики (см. таблицу).

Следует отметить, что многие микро- и мезосистемы (см. таблицу) обладают признаками систем различных типов. Так, инновационное предприятие является системой, явно принадлежащей к классу объектов, хотя имеет и признаки принадлежности к системам типа среды (например, понятие «заводская среда», в которой на систематиче-

ской основе осуществляются воспроизводственные процессы). Технопарки, научные парки, ИТЦ, бизнес-инкубаторы и другие подобные структуры, так же как и предприятия, локализованные в пространстве и не имеющие ограничений во времени существования, следовало бы отнести к числу гибридных систем. Они сочетают свойства производственных объектов (создание новшеств на начальных стадиях) со свойствами среды, как совокупности условий или «институциональную среду», обеспечивающую создание новшеств. Ограниченность в пространстве таких образований, как ТПК, региональных и локальных кластеров, несмотря на очевидный средовой характер их функционирования, позволяет отнести их к объектам мезоэкономического уровня. Отрасли, промышленные кластеры, холдинги, сети предприятий как мезоэкономические системы сочетают в себе свойства объектов и сред. Однако отсутствие четко выраженной локализации в пространстве и ограниченный во времени существования характеризует их как системы средового типа.

Структуризация микро- и мезоэкономических систем инновационной экономики по пространственно-временным характеристикам

Пространственная протяженность	Временная протяженность	
	Ограниченная	Неограниченная
Ограниченная	Инновационные проекты	Региональные и локальные кластеры, ТПК, технополисы, технопарки, научные парки, инновационно-технологические центры, бизнес-инкубаторы, инновационные предприятия
Неограниченная	Инновационные процессы	Отрасли, промышленные кластеры, сети предприятий, холдинги

Идентификация системы как имеющей объектный, средовой, процессный или проектный тип зависит в том числе и от ее масштаба. Национальная инновационная система является многоуровневой системой, в которой присутствуют объекты макро-, мезо-, микро- и наноуровней.

«Чистыми» объектами НИС выступают, главным образом, объекты микроуровня: инновационные предприятия, фирмы, корпорации, более или менее локализованные в пространстве, на которых осуществляется процесс поиска, обнаружения и первое принятие новшества.

Объекты макроуровня НИС имеют значительное сходство со средами, например, «среда, производящая знания», включающая фундаментальные исследования, исследования и разработки в областях традиционной ответственности государства; механизмы передачи знаний. Система в

средовой форме представляет собой слабоструктурированное более или менее однородное пространство, рассматриваемое в НИС как среда отбора, сохранения и как почва для последующих новшеств – диффузии инноваций. Предметом изучения здесь являются именно неограниченные в пространстве инновационные процессы.

Мезоэкономические объекты НИС: отрасли, кластеры, сети предприятий, а также объекты инновационной инфраструктуры сочетают в себе свойства объектов и сред. Именно в этом сочетании проявляется их ключевая роль в создании инноваций.

Становление инновационной экономики неизбежно приводит к «перемешиванию» типов систем в реальном секторе. С одной стороны, для того, чтобы среда функционировала достаточно эффективно, усиливаются попытки организационного регулирования систем, что вызывает процесс «объективизации» систем других типов. Так, для регулирования инновационной среды созданы новые институциональные структуры: ГНЦ, ГЦНВТ, ЦПТ и др.; для организации выполнения инновационных проектов в научной сфере – такие объекты, как Российский фонд фундаментальных исследований, Российский гуманитарный научный фонд. Вместе с тем, идут и процессы «деобъективизации» – децентрализации управления процессами, средами и проектами. Так, передача функций государственного управления саморегулируемым организациям представляет попытку создания среды вместо объекта. В качестве примера здесь можно привести масштабный проект по внедрению нанотехнологий в народное хозяйство страны.

Решение проблемы инновационного развития как основы экономического роста требует изучения закономерностей его проявления, учета факторов, замедляющих или ускоряющих этот процесс, и, что самое важное, разработки соответствующих управляющих воздействий со стороны государства. Использование инструментария институционально-эволюционной теории в анализе технологических изменений представляется весьма продуктивным.

В описании технологического прогресса институционально-эволюционный подход базируется на эволюционной теории Й. Шумпетера, согласно которой экономические субъекты подразделяются на две группы: новаторов, создающих новые технологии, продукты, институты, методы организации производства, и консерваторов, использующих и воспроизводящих известные технологии, продукты, методы, институты [8, 9]. В неэволюционных теориях все агенты воспринимаются как равноценные участники экономических отношений, стремящиеся к максимизации прибыли. На максимум прибыли, с точки зрения эволюционного подхода, ориентированы только новаторы, для консерваторов актуальнее критерии выживания, например, стремление сохранить достигнутый уровень рентабельности.

Очевидно, что такое разделение условно, поскольку в разных ситуациях экономические агенты могут выполнять эти роли одновременно. Таковым является, например, руководитель холдинга, осуществляющий внедрение новых технологий на одном из подчиненных производств, рассчитывая на получение сверхприбыли первопроходца, и, «выживающий последние соки» из другого подчиненного ему предприятия, в которое ранее были вложены большие средства в надежде, хотя бы их окупить.

Далее важно установить, каков механизм взаимодействия новаторов и консерваторов и как он работает в той или иной институциональной среде.

В нерыночных экономиках работают механизмы насилия или планового перераспределения ресурсов. В рыночных экономиках те же функции выполняют ценовые механизмы, банки, фондовые биржи, причем рыночные механизмы оказывают позитивное влияние на экономическую эволюцию. Здесь важными факторами перераспределения ресурсов в пользу новаторов выступают инфляция и стоящая за ней денежная эмиссия. Й. Шумпетер указывал: «...тот, кто хочет реализовать новые комбинации, платит на рынке средств производства более высокую цену, чем производитель, обеспечивающий данный кругооборот и лишает того определенной части этих средств» [8, с. 165]. В экономике начинается эволюционная инфляция, которая позволяет новаторам вытеснить часть консерваторов, а значит обновить технологии, наладить производство новой продукции. Эволюционная инфляция принципиально отличается от инфляции, порожденной ростом бюджетного дефицита, связанным, например, с увеличением расходов на содержание государственного аппарата. Денежно-кредитная эмиссия, обеспечивающая эволюционную инфляцию, также является эволюционной. Проблема здесь в том, чтобы научиться различать эти виды инфляции и эмиссии. С неэволюционной эмиссией, порождающей неэволюционную инфляцию, следует бороться известными методами. Эволюционная эмиссия предполагает жесткий мониторинг и определенные ограничения.

Экономическая эволюция по Й. Шумпетеру осуществляется через процесс «созидательного разрушения»: сначала новаторы отбирают ресурсы у консерваторов, что ведет к спаду производства, а затем, когда ресурсы переключаются на производство новых продуктов, начинается экономический подъем. Так вкратце эволюционная теория объясняет ведущую роль лагов «созидательного разрушения» в цикличности экономического роста. Экономическая эволюция свойственна любой социально-экономической системе. Во все времена новаторы захватывали часть экономического пространства у консерваторов. На смену одним приходят другие новаторы и, таким образом, растет сложность, многообразие и, самое главное, продуктивность экономики.

Утверждение Й. Шумпетера о том, что предприниматели реализовывают инновации (микроровень), последователи подражают им (мезо) и, как следствие, «созидательное разрушение» приводит к экономическому развитию «изнутри» (макроровень), позволяет сделать вывод о том, что Й. Шумпетер предложил новую структуру экономической науки, состоящую из 3-х взаимосвязанных микро-, мезо-, макроуровней. Мезо как структурный компонент, соотносится со структурой в целом. Как процессный компонент, мезо имеет дело с индивидуальным агентом и популяцией последователей, членом которой он является. Реализовывая новую комбинацию, предприниматель изменяет среду путем инициации новой мезотраектории, которая формируется в результате взаимодействия экономических агентов (популяции фирм).

Й. Шумпетер основное внимание уделял динамике форм капиталистического рынка, таких как монополия, олигополия и конкуренция и описывал их благосостояние и социальные последствия. Неошумпетерианские теоретики оперируют с четко выраженной сущностью популяции, из анализа которой можно создать модели диффузии, отбора, зависимости от прошлого, а также интегрировать подлинную динамику рынка.

Если рассматривать термин «мезо» в контексте создания теории, то он является концептуальным блоком теоретической системы взглядов, в котором элементарная единица исследования носит бимодальный характер: с одной стороны, она представляет идею или родовое правило, с другой стороны, из многих ее физических актуализаций. Как отмечает немецкий исследователь К. Допфер, правило в качестве идеи – это аналитическая единица, которая позволяет нам обращаться с экономической структурой, а физические актуализации – это аналитическая единица, позволяющая изучать экономический процесс. В комбинации получаем интегрированную элементарную единицу, которая может служить инструментом для описания и структуры, и процесса экономики [10, с. 115].

В практическом плане важным для нас является тот факт, что именно на мезоэкономическом уровне происходит первоначальный отбор новшеств и решается вопрос: станет ли новшество инновацией, способствующей развитию экономики. В этой связи необходимо отметить важность регионального аспекта в анализе и разработке механизмов инновационного развития.

Наблюдаемая активная отраслевая и межотраслевая консолидация предприятий приводит к формированию региональных и локальных кластеров – новой для России формы организации производства, *самостоятельно* образующейся за счет пространственного проявления рыночных сил.

Развитие концепции ромба конкурентных преимуществ и промышленных кластеров М. Портера и региональных кластеров М. Энрайта в на-

стоящее время привело к тому, что кластерный подход стал во многих странах важной частью государственной региональной политики, способствующей повышению конкурентоспособности страны в целом. В настоящее время сформировалась кластерная политика двух поколений. Целью кластерной политики первого поколения является выявление кластеров, определение их состава, создание государственных органов поддержки кластера и стимулирование развития кластеров в стране. Кластерная политика второго поколения предполагает индивидуальный подход к проблемам развития каждого кластера, т. е. является по сути поддерживающей [11, с. 362].

Для России актуальным является проведение кластерной политики первого поколения. На данном этапе ведущую роль играют экономико-географы и региональные экономисты, которые с помощью методов пространственного моделирования могут выявить зарождающиеся кластеры и определить их состав. Здесь важно понимание генезиса и структурных различий пространственных форм организации производства. С этой точки зрения все формы организации производства можно разделить на две большие группы: первая – самостоятельно образующаяся за счет пространственного проявления рыночных сил. К ней относятся все формы промышленных районов, региональные и локальные кластеры; вторая – создаваемые искусственно с помощью федеральных, региональных или локальных властей. К этой группе относятся территориально-производственные комплексы и их различные сочетания, технологические и научные парки, технополисы, инновационно-технологические центры и бизнес-инкубаторы [11, с. 156–158]. Для идентификации региональных и локальных кластеров зарубежные экономисты рекомендуют следующие методики: мнения экспертов; использование специальных индикаторов, например, коэффициента локализации; торговли и инноваций; использование теории графов; проведение обзоров.

Характерной особенностью регионального кластера является его промежуточное положение между самостоятельными предприятиями и организациями, региональными промышленными комплексами и отраслевыми альянсами, сгруппированными на данной территории. Отсюда возникает необходимость разработки и внедрения соответствующих технологий и методов стратегического управления кластером. Методологической основой для этого может служить разрабатываемая в ЦЭМИ РАН концепция формирования комплексной стратегии кластера, которая базируется на многомерном матричном организационном подходе. Кластер при этом рассматривается как комплекс, объединяющий четыре типа структур – объектную, процессную, средовую и проектную [7]. Проектная стратегия является ведущей на этапе создания кластера. Однако вовлечение само-

стоятельных хозяйствующих субъектов в состав участников кластера возможно при условии их экономической заинтересованности. Наличие достаточно крупного проекта, носящего стратегический характер для дальнейшего функционирования кластера, является реальной основой привлечения потенциальных участников в обеспечении ресурсами данного проекта и в получении выгод от его реализации.

Стратегией развития Челябинской области до 2020 года (Постановление ЗСО от 25.10.2007 № 890) предусмотрено развитие на основе кластерного подхода традиционных для Южного Урала отраслей экономики. Гарантом успешного становления региональных кластеров в металлургии, стройиндустрии, энергетике, агропромышленном комплексе являются проекты федерального и межрегионального уровней, которые далее трансформируются в проекты регионального и локального уровней с более поздними сроками завершения. В этом случае основу развития кластеров обеспечивает непрерывное проектное планирование.

Иначе обстоит дело с формированием региональных кластеров в машиностроении. Специфической особенностью машиностроения на Южном Урале является высокий удельный вес предприятий ОПК, которые до настоящего времени находятся в процессе реформирования. Очевидно, что меры, предпринимаемые региональными властями, несут, скорее, подготовительный характер. Формирование региональных кластеров в машиностроении может быть успешным при достаточно серьезных усилиях региональных властей, которые должны заинтересовать предприятия, исследовательские и другие организации, предложив программы стимулирования развития кластеров «снизу». В этой связи представляет интерес инициатива руководителей – крупнейшего в стране Южно-Уральского государственного университета и группы компаний «Метран», которая занимается разработкой и внедрением современных технологий в приборостроении, о необходимости запуска стратегического проекта «Урал высокотехнологичный» [12, с. 32]. По сути, речь идет о программе масштабной технологической модернизации Челябинской области, инициаторами которой выступают представители известной и давно желаемой связки «наука–производство». В данном случае мы имеем дело с так называемой «кластерной инициативой». Это относительно новое даже для развитых стран явление, когда региональные власти или (и) местные объединения предпринимателей предлагают реализацию программ стимулирования развития кластеров «снизу». Исследователи выделяют 6 групп целей создания кластерных инициатив: региональная политика; коммерческая кооперация; образование и тренинг; инновации и технологии; исследование и развитие сетей; развитие кластеров. [11, с. 370–372].

Формирование проектной стратегии класте-

ра – один из наиболее важных этапов его формирования. Для разработки проектной стратегии необходимо сформировать совокупности важнейших (стратегических) проектов, планируемых к реализации каждой организацией – участником кластера, определив по каждому проекту его связи с объектной стратегией данной организации и роль в реализации этой стратегии.

В заключение следует отметить, что развитие инновационной сферы, начавшееся с создания научно-инновационных структур «сверху», должно быть продолжено в форме активного содействия инициативам, выдвигаемым непосредственными участниками инновационной деятельности «снизу». Учитывая, что возникновение кластеров является результатом действия рыночных сил, государственным органам исполнительной власти в ближайшее время необходимо сосредоточить внимание на приведение в соответствие законодательного нормативно-правового и финансово-экономического обеспечения инновационной деятельности федерального и регионального уровней, а также формирования адекватных современным условиям мезоэкономических институтов: кластерного консалтинга и кластерного менеджмента.

Выделение и стимулирование развития региональных и локальных кластеров является важнейшей задачей муниципальных и региональных органов власти при формулировании стратегии инновационного развития территории. Учитывая, что интеграционная функция является основной в деятельности органов государственного и муниципального управления, необходима организация методической помощи предприятиям в разработке и корректировке их социально-экономических стратегий.

Таким образом, применение системно-интеграционной концепции, институционально-эволюционной теории и кластерного подхода может стать основой формирования стратегий инновационного развития социально-экономических систем мезоуровня и разработки методологии мониторинга, оценки и прогнозирования структурных и функциональных изменений экономики региона.

Литература

1. Голиченко, О.Г. Национальная инновационная система России: состояние и пути развития / О.Г. Голиченко. – М.: Наука, 2006. – 396 с.
2. Инновационный путь развития для новой России / отв. редактор В.П. Горегляд. – М.: Наука, 2005. – 343 с.
3. Инвестиционная политика перехода к инновационной экономике России / под ред. Н.А. Новицкого. – М.: Институт экономики РАН, 2005 – 421 с.
4. Корнаи, Я. Системная парадигма / Я. Корнаи // Вопросы экономики. – 2002. – № 4. – С. 4–22.
5. Мезоэкономика переходного периода: рынки, отрасли, предприятия / под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: Наука, 2001. – 516 с.

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

6. Клейнер, Г.Б. Эволюция институциональных систем / Г.Б. Клейнер. – М.: Наука, 2004. – 240 с.

7. Клейнер, Г.Б. Формирование стратегии функционирования инновационно-промышленных кластеров / Г.Б. Клейнер, Р.М. Качалов, Н.Б. Нагрудная / Препринт # WP/2007/216. – М.: ЦЭМИ РАН, 2007. – 61 с. (Памяти ак. Н.П. Федоренко).

8. Шумпетер, И.А. Теория экономического развития / И.А. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982 (1912). – 455 с.

9. Маевский, В.И. Введение в эволюционную макроэкономику / В.И. Маевский. – М.: Япония сегодня, 1997. – 106 с.

10. Эволюционная теория, теория самопроизводства и экономическое развитие: материалы

7-го Международного симпозиума по эволюционной экономике, 14–15 сентября 2007 г. Россия, Московская область, г. Пущино / отв. ред. В.И. Маевский. – М.: Институт экономики РАН, 2008. – 418 с.

11. Пилипенко, И.В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы / И.В. Пилипенко. – Смоленск: Ойкумена, 2005. – 496 с.

12. Инновации – Конкурентоспособность – Лидерство / Научно-практическая конференция. 28 января 2008 г. Сборник докладов. – Челябинск: ЗАО Издательский дом «Восточные ворота». 2008. – 106 с.

Поступила в редакцию 10 октября 2008 г.

Яковлева Нина Витальевна. Кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики и информационных систем филиала Южно-Уральского государственного университета в г. Миассе. Область научных интересов – проблемы и перспективы развития региональных систем инновационной экономики. Контактный телефон: 8 (3513) 57-21-66.

Nina Vitalievna Yakovleva. Candidate of Economics, associate professor, Head of the Economics and Information Systems department in the branch of South Ural State University in Miass. Scientific interests: development problems and prospects of innovative economics regional systems. Telephone: 007-3513-57-21-66.

Управление социально-экономическими системами

УДК 658.11
ББК Ю941

МОДЕЛИРОВАНИЕ ОПОРТУНИСТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ МЕНЕДЖЕРОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

И.А. Баев, Б.О. Климов

Статья посвящена рассмотрению проблемы оппортунистического поведения. Была разработана модель оппортунизма менеджеров промышленных предприятий, позволяющая рассматривать данную проблему с точки зрения экономической целесообразности ее решения.

Ключевые слова: оппортунизм, промышленные предприятия, оппортунистическое поведение.

В теории агентских отношений, когда доверитель (принципал, собственник) делегирует некоторые права (полномочия) агенту (менеджеру), связанному в соответствии с формальным или неформальным контрактом представлять интересы доверителя в обмен на вознаграждение того или иного рода, оппортунистическое поведение является особым предметом анализа.

Существует много определений оппортунизма, наиболее полным из них является определение, данное профессором Е.В. Поповым¹. Оппортунизм – это преднамеренное скрытое действие экономического агента, основанное на использовании информационного преимущества и направленное на достижение личного интереса, в ущерб интересам других участников имплицитного соглашения. Из данного определения можно выделить следующие элементы, позволяющие характеризовать данную категорию:

- 1) несовпадение интересов контрагентов;
- 2) асимметричность информации;
- 3) скрытый характер оппортунистического поведения;

- 4) ущерб для контрагента;
- 5) преднамеренность действий.

Каждый из указанных элементов влияет на выбор менеджера при решении каких-либо задач либо в пользу предприятия (в лице его собственника), либо в личных интересах, т. е. в ущерб собственнику.

Чтобы определить характер и степень данного влияния, необходимо учитывать каждый элемент.

Несовпадение интересов управляющих и собственников является распространенной ситуацией на промышленных предприятиях. Данное явление имеет вполне естественное объяснение, а именно экономический агент осуществляет свою деятельность, мотивируясь личными интересами. При

наличии баланса интересов принципала и агента не возникает проблемы оппортунистического поведения. В том случае, если этого баланса нет, очевидно, что поведение менеджера будет оппортунистическим. Таким образом, необходимо найти данный баланс интересов посредством моделирования оппортунизма менеджера.

В исследовании Галкиной Н.В. представлен способ определения баланса интересов экономических агентов с помощью коэффициента конкордации мнений персонала². Коэффициент позволяет оценивать уровень согласованности позиций персонала в отношении факторов эффективности и безопасности производства, проводимых изменений, эффективности управления, и в итоге – необходимости внедрения инноваций. В этом случае баланс интересов исследуется на одном уровне взаимодействия между сотрудниками предприятия.

По нашему мнению, необходимо исследование взаимодействия менеджмента предприятия с его собственниками. Это актуально потому, что данный уровень взаимодействия имеет наиболее существенное влияние на результаты деятельности предприятия, т. е. проблема оппортунистического поведения может возникнуть на двух уровнях:

- 1) в отношении между менеджером и работником фирмы;
- 2) в отношениях между наемным менеджером и собственником.

На каждом уровне, согласно О. Уильямсону, может возникнуть предконтрактный (*ex ante*) и послеконтрактный (*ex post*) оппортунизм³.

Система баланса интересов на втором уровне является динамичной и степень схождения или

² Галкина Н.В. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Екатеринбург 2008

³ Уильямсон О. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки и отношенческая контрактация. СПб.: Лениздат, 1996.

¹ Попов Е.В. Институты микроэкономики. М: ЗАО «Издательство «Экономика», 2005. С. 117.

расхождения интересов контрагентов зависит от их институционального обеспечения и личностно-психологических особенностей. По Алчяну, индивид не всегда выбирает наиболее оптимальную альтернативу, зачастую решение базируется на имеющемся опыте (на ограниченной ретроспективной информации) или на приверженности к обычаю и традиционному поведению⁴. Данный аспект должен учитываться собственниками при найме менеджеров на работу, т. е. при выборе либо молодых высокообразованных менеджеров, либо выбор в пользу традиционных возрастных управленцев, имеющих большой (но не всегда эффективный и полезный) опыт управления.

Рассмотрим теперь факторы, влияющие на баланс интересов собственника и менеджера.

1. Группа факторов, реализация которых способствует удовлетворению интересов агента (менеджера):

- возможность использования служебного положения в личных целях;
- отлынивание (индифферентность по отношению к существующим проблемам);
- возможность различных видов шпионажа;
- другие факторы (чрезмерное потребление ресурсов предприятия, «откаты» и др. виды оппортунизма).

2. Группа факторов, реализация которых способствует удовлетворению интересов собственника:

- минимизация оплаты вознаграждений менеджеров;
- максимальное использование трудового потенциала менеджмента;
- максимизация прибыли предприятия за счет роста продаж и снижения себестоимости.

3. Группа факторов, реализация которых способствует удовлетворению интересов, как принципала так и агента:

- увеличение стоимости (вознаграждений) менеджера при условии роста финансовых показателей предприятия;
- увеличение стоимости (вознаграждений) менеджера при условии роста эффективности использования ресурсов предприятия;
- увеличение стоимости (вознаграждений) менеджера при условии стабильного развития и расширения бизнеса;

– повышение мотивации, основанной на удовлетворении менеджером своих потребностей в личностно-психологическом развитии, при условии достижения позитивных результатов управления.

Таким образом, баланс интересов менеджера и собственника достигается тогда, когда общие интересы обеих сторон наиболее полно определены и закреплены соответствующим институциональным окружением. Под институциональным окружением будем понимать институты корпора-

тивной культуры, заработной платы, стимулирования и наказания.

Одним из важных аспектов оппортунизма является асимметричность информации, что означает информационное преимущество одной стороны, в то время как другая сторона обладает неполной либо искаженной (возможно заведомо) информацией, что обуславливает возможность для осуществления оппортунистического поведения. Полной ликвидации асимметричности информации достичь невозможно, ее можно лишь снизить путем внедрения единых баз данных, прозрачных систем контроля и т. д.

Моделирование оппортунистического поведения является мало изученной областью знаний. Профессор Попов Е.В. приводит пример моделирования лишь одного из видов оппортунизма – ex ante оппортунизма работодателя по отношению к работнику⁵. Он вывел формулу, определяющую зависимость заработной платы работника от штрафных санкций за отлынивание и вероятности обнаружения отлынивания.

Смоделируем один из видов оппортунистического поведения менеджера промышленного предприятия – отлынивание как основу моделирования остальных видов оппортунизма. В дальнейшем можно рассматривать модели оппортунизма по его видам, так как существует их большое разнообразие и в каждом случае те или иные рычаги управления таким поведением действуют с разной силой.

Предположим, что существующий баланс интересов собственника и менеджера недостаточно подкреплен институциональным окружением, и менеджер имеет возможность оппортунизма (отлынивания), используя свое информационное преимущество перед собственником.

Рассмотрим данную ситуацию с двух сторон – со стороны менеджера и со стороны собственника.

1. Моделирование оппортунистического поведения менеджера

Эффект от оппортунизма менеджера будет

$$R = B - (ST * P1 + L * P2),$$

где B (benefits) – выгода менеджера от осуществления оппортунистического поведения; ST – размер штрафа за оппортунизм менеджера; L – потенциальный ущерб от снижения репутации менеджера как его основной характеристики на рынке труда; P1 – вероятность обнаружения оппортунизма; P2 – вероятность возникновения потерь от ухудшения репутации.

Если $R > 0$, то поведение менеджера будет оппортунистическим.

Если предположить, что при обнаружении оппортунизма менеджера его трудовая книжка будет иметь отметку, влияющую на условия дальнейшего трудоустройства, то формула примет вид:

$$R = B - P(ST + L),$$

⁴ Alchian A. (1977) Economic Forces at Work. Indianapolis: Liberty Press. P.17.

⁵ Попов Е.В. Указ. соч. С. 123–125.

где P – вероятность обнаружения оппортунизма менеджера.

Предположим также, что степень асимметричности информации и вероятность обнаружения оппортунизма менеджера – это две взаимосвязанные величины, имеющие обратно пропорциональную зависимость. Обозначим степень асимметричности информации k ($k = 1/P$). Степень асимметричности информации можно представить как функцию, зависящую от ряда показателей, например:

- 1) от уровня развитости единого информационного поля – Inf ;
- 2) от степени освещенности решений о вопросах финансирования на предприятии – FQ ;
- 3) от частоты аудиторских проверок или проверок со стороны собственника – Ch ;
- 4) от степени присутствия доверенных лиц на предприятии (информаторов и т.д.) – LP .

Тогда функция k будет иметь следующий вид $k = f(Inf^*a; FQ^*b; Ch^*c; LP^*d)$, где a, b, c и d – весовые значения показателей в зависимости от их значимости для предприятия.

Тогда модель оппортунистического поведения менеджера примет вид:

$$R = (B - (ST + L))/k,$$

$$R = (B - (ST + L)) / f(Inf^*a; FQ^*b; Ch^*c; LP^*d).$$

Выгода менеджера будет зависеть от вида оппортунизма и от его склонности к риску. Модель позволяет в зависимости от размера потенциальных выгод менеджера в результате оппортунизма оперировать такими инструментами, как размер штрафных санкций, степень асимметричности информации, которая тоже может быть разбита на

несколько элементов и представлена как функция зависимости от них. Конечной целью оперирования данными инструментами является сведение чистого эффекта R к нулю ($R \rightarrow 0$).

Но данная модель не будет полной без рассмотрения ситуации со стороны собственника и его чистого эффекта от внедрения определенных мероприятий по минимизации вероятности возникновения оппортунизма у менеджера.

2. Моделирование эффекта от ликвидации возможности оппортунизма для собственника

$$R_{ij} = \sum L_j - \sum C_i,$$

где R_{ij} – эффект от ликвидации j -го вида оппортунистического поведения менеджера при внедрении i -й системы институтов (соответствующей данному виду оппортунизма); C_i – стоимость внедрения i -й системы институтов для ликвидации возможности j -го вида оппортунистического поведения менеджера; L_j – потери от j -го вида оппортунистического поведения менеджера.

Очевидно, что в долгосрочной перспективе эффект для собственника предприятия будет положительным, так как затраты на внедрение адекватных институтов являются единовременными либо краткосрочными (рассчитанными на период внедрения), а эффект от них имеет долгосрочный характер.

Таким образом, использование этой модели позволяет оценить необходимость для собственника тех или иных институциональных инноваций с целью минимизации потерь от оппортунизма менеджеров, а также оценить эффективность данных инноваций.

Поступила в редакцию 25 декабря 2008 г.

Баев Игорь Александрович. Доктор экономических наук, профессор, декан факультета экономики и управления, заведующий кафедрой «Экономика и финансы» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск.

Baev Igor Alexandrovich. Doctor of Economics, professor, Dean of the Economics and Management faculty, Head of the Economics and Finance department, South Ural State University, Chelyabinsk.

Климов Борис Олегович. Аспирант кафедры экономика и финансы Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – экономика, проблемы возникновения оппортунизма на предприятиях. Контактный телефон: (8-351) 264-07-97.

Boris Olegovich Klimov. Post graduate students at the Economics and Finance department of South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interest: economics, problems of opportunism at enterprises. Telephone 007-351-264-07-97.

ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ УРОВНЕМ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ

Ю.К. Перский, Д.В. Дмитриев

На основании результатов проведенного исследования в статье формируется механизм управления уровнем асимметрии информации. С учетом выявленных особенностей функционирования рынка в условиях асимметричного распространения информации разработаны модели прогноза изменения концентрации рынка под воздействием асимметрии информации.

Ключевые слова: асимметрия информации, конкуренция, механизм, отраслевой рынок.

В условиях свободного функционирования отраслевых рынков хозяйствующие субъекты зачастую не в состоянии найти и обработать необходимую информацию. Преимуществом в данной сфере обладают крупные компании, которые, имея значительные ресурсы и возможности, могут не только идентифицировать информацию о параметрах рынка, но и эффективно ею манипулировать в целях укрепления рыночных позиций. Более мелкие компании в подавляющем большинстве не обладают материальной базой, технологиями и персоналом для решения задач информационного обеспечения деятельности. В результате рынки функционируют в условиях асимметричного распространения информации, что, как показали результаты анализа [1], оказывает непосредственное влияние на протекание конкурентных процессов.

Под асимметрией информации нами понимается мера неравномерного распределения информированности хозяйствующих субъектов в рамках системы об определенных данных относительно максимально возможной информированности [2].

Исследование проведено на примере регионального отраслевого рынка железобетонных изделий Пермского края. Выбор данного рынка обусловлен тем, что наибольший удельный вес в структуре материальных затрат строительных компаний занимают железобетонные изделия (в среднем 65 % при строительстве десятиэтажного панельного дома). Также железобетонные изделия в течение десятилетий выступали основным материалом в жилищно-гражданском и промышленном строительстве. Это было связано с необходимостью ускоренного решения жилищной проблемы и климатическими условиями. В долгосрочной перспективе данный вид строительного материала останется основой полносборного домостроения.

При выборе видов асимметрии информации мы исходили из того, что предприятия при многих других обстоятельствах находятся под влиянием, как минимум, двух сил: прямых конкурентов и потребителей. Поэтому при исследовании спра-

ведливо использовать именно асимметрию информации между продавцом и покупателем о параметрах рынка, так как в этом случае представляется возможным проводить комплексный анализ рынка и вырабатывать эффективную государственную политику по конкурентному взаимодействию хозяйствующих субъектов.

Выбор ключевых параметров рынка при исследовании определяется факторами, влияющими на процесс ценообразования в условиях конкуренции. К ним относятся, прежде всего, рыночные позиции хозяйствующих субъектов рынка (наличие потенциальных конкурентов, цены, качество). На наш взгляд, данный перечень параметров является вполне достаточным для усиления конкуренции.

Учитывая специфику функционирования отраслевого рынка железобетонных изделий в условиях асимметрии информации, следует сформировать стратегические цели и задачи деятельности государственных органов управления конкурентной средой посредством регулирования уровня асимметрии информации. Цель стратегического управления – формирование конкурентной среды на отраслевом рынке железобетонных изделий. К задачам можно отнести формирование устойчивых связей органов управления уровнем асимметрии информации с хозяйствующими субъектами; формирование системы контроля качества информации; разработка решений об управлении уровнем асимметрии информации. Поэтому для решения задач стратегического управления важно разработать базовые элементы искомого информационно-экономического механизма. К ним следует отнести, прежде всего, рациональные структуры управления информационной системой; механизм принятия стратегического решения по управлению асимметрией информации; алгоритм взаимодействия государственных органов власти с предприятиями по поводу сбора, обработки и транслирования на рынок информации об его параметрах. Формирование данных элементов составляет основу механизма регулирования конкурентных

процессов посредством управления уровнем асимметрии информации.

Что касается структуры управления, то здесь целесообразно формировать матричную структуру, сочетающую преимущества линейно-функционального и программно-целевого управления (рис. 1).

Выбор данной формы организационной структуры обусловлен, прежде всего, возможностью быстро реагировать и адаптироваться к изменяющимся условиям взаимодействия хозяйствующих субъектов рынка и более эффективно решать отдельные задачи управления уровнем асимметрии. Это, на наш взгляд, позволит наиболее быстро и качественно производить сбор и обработку первичной информации с ее последующем транслированием на рынок. Следует также отметить, что подразделения стратегического управления конкурентной средой должны в целом ориентироваться на генеральные цели и стратегии развития региональной экономической системы.

Как видно из рис. 2, процесс сбора исходной информации дифференцирован в зависимости от вида параметров рынка.

Информация о качестве железобетонных изделий поступает в базу данных от независимых лабораторий контроля качества строительной продукции. Это позволяет более объективно оценивать действительное качество железобетонных изделий, тем самым снижая вероятность попадания на рынок продукции, не удовлетворяющей требованиям государственных стандартов, и возможности манипулирования продавцами информацией о качестве. Источником информации о ценах на железобетонные изделия выступает непосредственно предприятия, которые в случае изменения цен на свою продукцию сообщают об этом государственным органам власти. Контроль качества информации о ценах в процессе ее обработки производится государственными органами власти совместно с независимыми аудиторскими компаниями.

Аудиторы производят выборочную проверку информации о ценах на основании первичной до-

кументации предприятий. По итогам проверки составляется сводная аналитическая таблица, в которой отражены цены реализации продукции по датам в разрезе предприятий. На основе данной информации органы государственной власти осуществляют сравнительный анализ фактических цен реализации с ценами транслируемыми предприятиями на рынок в конкретные промежутки времени. В случае выявления отклонений следует, что на рынке происходит искажение информации.

Если предприятие целенаправленно искажает информацию о ценах (ТЦ≠ТФ), то по отношению к нему со стороны государственных органов власти предпринимаются различные санкции, а искаженная информация исправляется. При этом, на наш взгляд, целесообразно применять к недобросовестным предприятиям два вида санкций: занесение руководителей предприятий в список недобросовестных предпринимателей и штрафы. Формирование списка недобросовестных предпринимателей, целенаправленно транслирующих искаженную информацию на рынок, обусловлено тем, что данный список выступает в качестве сигнала недобропорядочности предпринимателя. Поэтому, если хозяйствующий субъект заинтересован в долгосрочном функционировании и формировании положительной репутации, то данный инструмент стимулирует предприятия к предоставлению качественной информации государственным органам власти.

Штрафы в рамках данного механизма выступают в качестве регулятора экономических интересов между продавцами и государственными органами власти. Как уже было показано, предприятия не заинтересованы в транслировании качественной информации на рынок. При отсутствии соответствующих интересов стратегическое поведение предприятий будет выражаться в двойственном поведении. С одной стороны, им целесообразно транслировать искаженную информацию органам власти для достижения определенных целей. Так, например, субъект, занимающий существенную долю рынка, может транслировать орга-



Рис. 1. Структура информационной системы для управления уровнем асимметрии информации на рынке

Управление социально-экономическими системами

нам власти информацию о поступательном росте цен на свою продукцию. В свою очередь, органы власти предоставляют искаженную информацию другим субъектам рынка. В результате на отраслевом рынке происходит постепенное сниже-

ние интенсивности конкуренции. С другой стороны, субъект параллельно может транслировать наиболее предпочтительным покупателям информацию о снижении цен на свою продукцию, тем самым увеличивая свои объемы продаж. Также

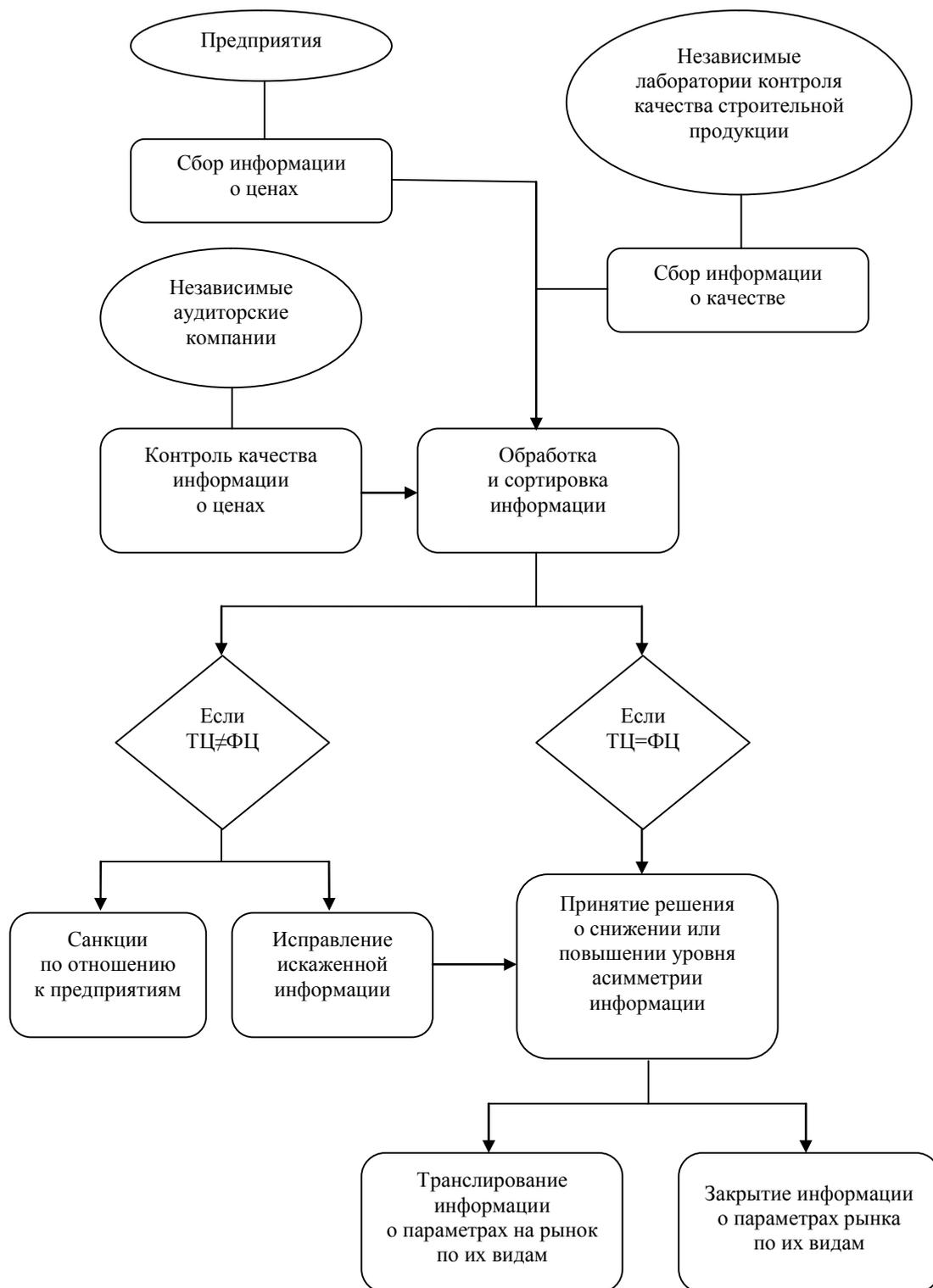


Рис. 2. Механизм взаимодействия органов государственной власти с предприятиями по поводу информационного обмена

возможна обратная ситуация на рынке железобетонных изделий, когда предприятия транслируют информацию о снижении цен, привлекая к себе потребителей. В процессе переговоров продавец имеет возможность обоснованно изменить свое решение о цене в сторону ее увеличения. В случае, когда покупатель не готов нести затраты на проведение переговоров с другим продавцом или его способность к торговым операциям низка, то он может уступить продавцу и приобрести товар по ценам выше транслируемых. Поэтому органам власти необходимо использовать инструменты согласования экономических интересов по поводу обмена качественной информацией между хозяйствующими субъектами.

В качестве основного экономического интереса предприятий выступает максимизация прибыли посредством асимметрии информации. В качестве основного интереса государственных органов власти можно выделить формирование конкурентной среды на рынках. Поэтому при установлении размеров штрафа за искажение информации следует руководствоваться тем, чтобы этот размер был равен ренте от асимметрии информации или превышал ее:

$$Ш \geq (C_{mp} - C_p^\phi) \times Q, \quad (1)$$

где $Ш$ – размер штрафа; C_{mp} – транслируемая предприятиям на рынок цена за определенный период; C_p^ϕ – фактическая цена реализации в том же периоде; Q – фактический объем реализации в том же периоде.

Также следует отметить, что в процессе обработки и сортировки исходной проверенной информации производится ее занесение в электронную базу данных, которая включает в себя три информационных блока по видам выделенных параметров рынка. Это позволяет, во-первых, оперативно управлять уровнем асимметрии информации между продавцами и покупателями, не нарушая системность функционирования информационно-экономического механизма; во-вторых, накапливать детализированные знания о развитии и текущем состоянии системы. Это позволит как государственным органам власти, так и предприятиям осуществлять качественный прогноз развития системы и на этой основе принимать более грамотные управленческие решения.

Далее, если информация о ценах исправлена или поступает без искажений ($TC = TF$), то государственными органами власти принимается стратегическое решение о снижении или увеличении уровня асимметрии информации.

Механизм принятия стратегического решения по управлению асимметрией информации нами сформирован на основе результатов проведенного статистического анализа влияния асимметрии информации на конкурентные процессы

[3]. Процесс принятия стратегического решения об изменении конкурентной среды посредством управления асимметрией представлен на рис. 3.

Как видно из рис. 3, на первоначальном этапе региональные органы власти определяют количество предприятий, индекс Джини рынков продавцов и покупателей, тенденцию ценовой дисперсии и коэффициента «Херфиндаля–Хиршмана».

На втором этапе сопоставляется фактическое количество продавцов и покупателей на рынке с нормативными значениями. В случае, если фактическое количество продавцов и покупателей превышает нормативные значения, рынок функционирует в условиях информационной асимметрии о наличии конкурентов (потенциальных поставщиков) и их ценах; если фактические значения числа хозяйствующих субъектов ниже нормативных, то сопоставляются фактические значения индекса Джини с определенными нами значениями. Соответствие индекса Джини заданным нормативам свидетельствует об отсутствии асимметрии между продавцами и покупателями о наличии конкурентов (потенциальных поставщиков) и их ценах. Если прослеживается обратная ситуация, то высока вероятность наличия данного вида асимметрии. Данная процедура выполняется только с целью выявления асимметрии информации между продавцами и покупателями о наличии конкурентов (потенциальных поставщиков) и их ценах, так как информация о качестве железобетонных изделий всегда распространяется асимметрично в условиях свободного функционирования рынка.

Следующим шагом в предлагаемом алгоритме является анализ динамики дисперсии цен как косвенного показателя наличия асимметрии информации на рынке. Необходимость в данной процедуре обусловлена тем, что нормативные значения второго этапа сформированы исходя из допущения об устойчивой склонности хозяйствующих субъектов к проведению маркетинговых исследований. В действительности в рыночных условиях склонность к исследованию рынка предприятиями и интенсивность конкурентных процессов могут изменяться под воздействием других различных факторов, поэтому изменяется и структура рынка, при которой информация о ценах распространяется симметрично. Однако, по нашим наблюдениям, в условиях стабильного развития экономической системы склонность предприятий к маркетинговым исследованиям также остается на стабильном уровне. Поэтому если при соответствии фактических значений индекса Джини нормативным на рынке формируется тенденция к увеличению разброса цен, то вероятнее всего информация распространяется асимметрично. Если наблюдается обратная ситуация, то высока вероятность симметричного

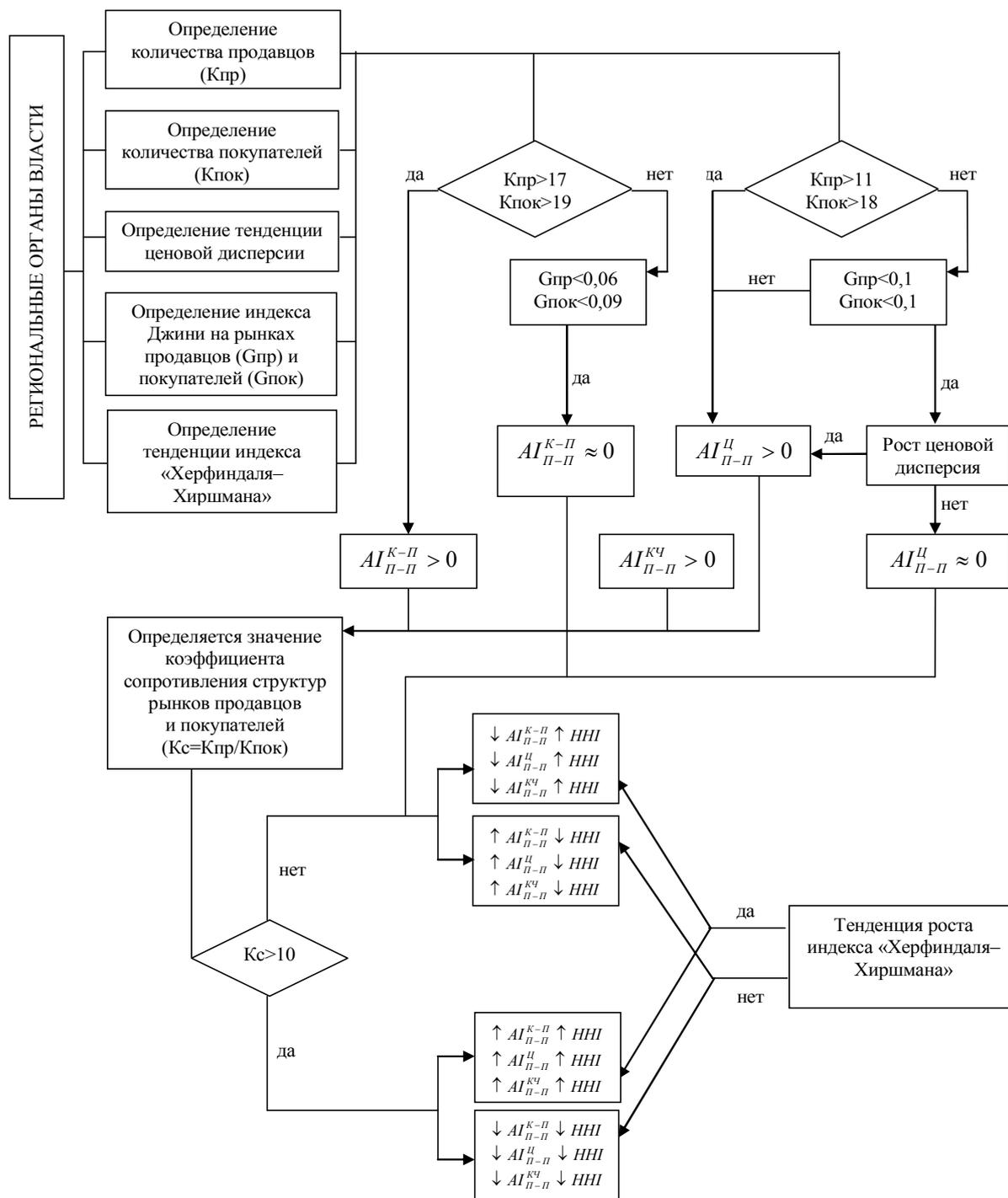


Рис. 3. Формирование стратегического решения по управлению асимметрией информации

распространения информации на рынке между продавцами и покупателями о ценах.

После оценки наличия или отсутствия асимметрии на рынке определяются возможные варианты формирования конкурентной среды посредством управления асимметрией информации. Если определено, что информация о виде параметра рынка распространяется симметрично, то на рынке формируются тенденции, согласно которым при росте концентрации рынка происходит сни-

жение асимметрии информации о виде параметра и наоборот. Если определено наличие асимметрии информации по видам параметров, то рассчитывается коэффициент сопротивления структур рынков продавцов и покупателей. Данный коэффициент позволяет определить формирующиеся тенденции изменения концентрации рынка под воздействием уровня асимметрии. Превышение фактического значения данного коэффициента нормативному свидетельствует о формирующей-

ся однонаправленной тенденции изменения уровня асимметрии и концентрации рынка. Если фактическое значение коэффициента меньше нормативного, то на рынке формируются тенденции, аналогичные ситуации симметричного распространения информации.

Далее, следуя предлагаемому алгоритму, после определения возможных вариантов формирования конкурентной среды региональные органы власти анализируют изменения тенденции концентрации рынка и на этой основе окончательно определяют стратегическое решение о снижении или повышении уровня асимметрии информации. При этом региональные органы власти могут регулировать уровень конкуренции посредством изменения отдельных видов асимметрии информации. Это позволит, например, смягчить ожесточенное ценовое противостояние, и тем самым не допустить постепенного снижения деловой активности на рынке.

В целях прогнозирования изменения интенсивности конкурентных процессов под воздействием асимметрии информации нами были сформированы модели, дифференцированные в зависимости от возможных вариантов формирования конкурентной среды.

В свете вышесказанного математические модели прогноза для каждого варианта изменения концентрации рынка под воздействием видов асимметрии информации логично представить в следующем виде:

1) для ситуации, когда на рынке формируется тенденция роста (снижения) в результате увеличения (уменьшения) уровня асимметрии информации:

$$НИИ = a_0 + a_1 AI_{П-П}^{K-П} + a_2 AI_{П-П}^Ц + a_3 AI_{П-П}^{KЧ}; \quad (2)$$

2) для ситуации, когда на рынке формируется тенденция роста (снижения) в результате уменьшения (увеличения) уровня асимметрии информации:

$$НИИ = a_0 - a_1 AI_{П-П}^{K-П} - a_2 AI_{П-П}^Ц - a_3 AI_{П-П}^{KЧ}. \quad (3)$$

Однако в процессе проводимого нами анализа выяснилось, что некоторые параметры уравнений регрессии приобретают противоположные знаки и не поддаются экономической интерпретации. Данная ситуация связана с наличием мультиколлинеарности, о чем свидетельствует проведенный анализ матрицы парных коэффициентов корреляции (табл. 1).

Анализ матрицы парных коэффициентов корреляции показывает, что при ситуации 1 результативный показатель наиболее тесно связан с асимметрией информации между продавцами и покупателями о наличии конкурентов (потенциальных поставщиков). В то же время наблюдается достаточно тесная связь между признаками-аргументами. Так, имеется существенная связь асимметрии информации между продавцами и

покупателями о наличии конкурентов (потенциальных поставщиков) с асимметрией информации между продавцами и покупателями о ценах. Данное обстоятельство связано с тем, что, с одной стороны, полная информированность предприятий о конкурентах (потенциальных поставщиках) значительно увеличивает возможности идентификации цен. С другой стороны, полная информированность хозяйствующих субъектов о ценах предполагает абсолютную информированность и о наличии конкурентов (потенциальных поставщиков).

Также прослеживается тесная связь асимметрии информации между продавцами и покупателями о наличии конкурентов (потенциальных поставщиков) и их ценах с асимметрией информации между продавцами и покупателями о качестве. Взаимовлияние между данными параметрами обусловлено тем, что полная информированность о качестве железобетонных изделий предполагает абсолютную информированность о наличии конкурентов (потенциальных поставщиков). В свою очередь, как было показано выше, полная информированность предприятий о конкурентах (потенциальных поставщиках) значительно увеличивает возможности идентификации цен. Обратную связь между данными параметрами можно обосновать тем, что информированность о наличии конкурентов (потенциальных поставщиков) позволяет наиболее крупным компаниям в определенной степени идентифицировать действительное качество железобетонных изделий.

Анализ матрицы парных коэффициентов корреляции, которая характеризует ситуацию 2, показывает практически функциональную связь результативного показателя с видами асимметрии. Также прослеживается практически функциональная связь между факторами. В результате целесообразно сформировать однофакторные модели прогноза, что позволит более качественно определить характер зависимости между отдельными видами асимметрии и концентрации рынка в рамках каждой отдельной ситуации.

Таким образом, по результатам проведенного анализа модели стратегического планирования целесообразно представить в следующем виде (табл. 2).

Анализ параметров уравнений регрессии в рамках ситуации 1 позволил определить, что модель прогноза изменения коэффициента «Херфиндала–Хиршмана» под воздействием асимметрии информации между продавцами и покупателями о качестве является незначимой. Об этом свидетельствует полученное значение F-критерия, которое не превышает табличного значения. Также прослеживается слабая связь между коэффициентом «Херфиндала–Хиршмана» и асимметрией информации о ценах и качестве.

Матрицы парных коэффициентов линейной корреляции многофакторных моделей прогноза

Ситуация 1. На рынке формируется тенденция роста (снижения) в результате увеличения (уменьшения) уровня асимметрии информации				
	Асимметрия между продавцами и покупателями о наличии конкурентов (поставщиков)	Асимметрия между продавцами и покупателями о ценах	Асимметрия между продавцами и покупателями о качестве	Коэффициент «Херфиндаля–Хиршмана»
Асимметрия между продавцами и покупателями о наличии конкурентов (поставщиков)	1,00	0,76	0,61	0,83
Асимметрия между продавцами и покупателями о ценах	0,76	1,00	0,71	0,41
Асимметрия между продавцами и покупателями о качестве	0,61	0,71	1,00	0,27
Коэффициент «Херфиндаля–Хиршмана»	0,83	0,41	0,27	1,00
Ситуация 2. На рынке формируется тенденция роста (снижения) в результате уменьшения (увеличения) уровня асимметрии информации				
	Асимметрия между продавцами и покупателями о наличии конкурентов (поставщиков)	Асимметрия между продавцами и покупателями о ценах	Асимметрия между продавцами и покупателями о качестве	Коэффициент «Херфиндаля–Хиршмана»
Асимметрия между продавцами и покупателями о наличии конкурентов (поставщиков)	1,00	0,98	0,99	-0,81
Асимметрия между продавцами и покупателями о ценах	0,98	1,00	0,99	-0,89
Асимметрия между продавцами и покупателями о качестве	0,99	0,99	1,00	-0,87
Коэффициент «Херфиндаля–Хиршмана»	-0,81	-0,89	-0,87	1,00

С экономической точки зрения данную ситуацию можно объяснить тем, что она характеризуется периодом нестабильного развития социально-экономической системы России (с 1996 по 2001 гг.), что вызвало неоднозначность в анализе влияния определенных выше видов асимметрии информации на степень монополизации рынка. Затяжной переход к новой экономической системе в 1991 году и кризис 1998 года болезненно отразились на развитии экономики в целом, что непосредственно оказало влияние на формировании основных факторов эффективного функционирования отраслевых рынков и отдельных предприятий. Данный период характеризовался постоянным переделом собственности, проведением

реструктуризации предприятий, стремлением адаптироваться под новые условия рыночной экономики и постоянно меняющейся конъюнктуры. Внешняя среда, в которой действуют предприятия, становится качественно иной: постоянно повышается степень ее неопределенности, появляются неучтенные факторы риска. В результате, с одной стороны, на формирование конкурентной среды в наибольшей степени оказывают влияние неинформационные факторы, с другой, в совокупности данные обстоятельства приводят к разрыву информационных связей рынка. Поэтому, как показали результаты нашего анализа, в период кризисных явлений региональным органам власти целесообразно снижать уровень асиммет-

Таблица 2
Модели прогноза степени монополизации рынка (в результате управления уровнем асимметрии информации)

Ситуация 1. На рынке формируется тенденция роста (снижения) в результате увеличения (уменьшения) уровня асимметрии информации	
Уравнение регрессии	Наименование параметров
$ННІ = -432,497 + 1,7 AI_{П-П}^{K-P}$	ННІ – коэффициент «Херфиндаля–Хиршмана»; $AI_{П-П}^{K-P}$ – асимметрия информации между продавцами и покупателями о наличии конкурентов (потенциальных поставщиков)
$ННІ = 43,806 + 0,637 AI_{П-П}^U$	ННІ – коэффициент «Херфиндаля–Хиршмана»; $AI_{П-П}^U$ – асимметрия информации между продавцами и покупателями о ценах на железобетонные изделия
$ННІ = 845,98 + 0,027 AI_{П-П}^{KЧ}$	ННІ – коэффициент «Херфиндаля–Хиршмана»; $AI_{П-П}^{KЧ}$ – асимметрия информации между продавцами и покупателями о качестве железобетонных изделий
Ситуация 2. На рынке формируется тенденция роста (снижения) в результате уменьшения (увеличения) уровня асимметрии информации	
Уравнение регрессии	Наименование параметров
$ННІ = 1801,81 - 1,62 AI_{П-П}^{K-P}$	ННІ – коэффициент «Херфиндаля–Хиршмана»; $AI_{П-П}^{K-P}$ – асимметрия информации между продавцами и покупателями о наличии конкурентов (потенциальных поставщиков)
$ННІ = 1638,04 - 0,727 AI_{П-П}^U$	ННІ – коэффициент «Херфиндаля–Хиршмана»; $AI_{П-П}^U$ – асимметрия информации между продавцами и покупателями о ценах на железобетонные изделия
$ННІ = 1618,34 - 0,11 AI_{П-П}^{KЧ}$	ННІ – коэффициент «Херфиндаля–Хиршмана»; $AI_{П-П}^{KЧ}$ – асимметрия информации между продавцами и покупателями о качестве железобетонных изделий

рии информации, что позволит сформировать устойчивые информационные связи и в определенной степени оказать созидательное влияние на формирование конкурентной среды региональных отраслевых рынков.

Иная тенденция прослеживается при анализе уравнений регрессии ситуации 2. Данный анализируемый период (2002–2007 гг.) характеризуется стабильным развитием региональной экономической системы, когда формируются более устойчивые связи между хозяйствующими субъектами. Поэтому коэффициенты детерминации свидетельствуют о существенной значимости сформированных моделей прогноза. Как показывают результаты нашего анализа, на данном этапе развития экономической системы государственным органам власти в целях формирования конкурентной среды необходимо увеличивать уровень асимметрии информации. Данное обстоятельство связано с тем, что при стабильном развитии региональной (национальной) экономики, предприятия, обладающие значительными финансовыми возможностями и стремящиеся к монопольной власти, в условиях симметричного распространения информации о позициях конкурентов получают возможность сформировать более эффективную политику взаимодействия с конкурента-

ми, что способствует ускоренному росту концентрации рынка.

Таким образом, сформированный нами информационно-экономический механизм позволяет региональным органам власти принимать более эффективные решения по поводу управления конкурентными процессами на региональном отраслевом рынке в зависимости от характера временного этапа развития экономической системы.

Литература

1. Дмитриев, Д.В. Влияние асимметрии информации на развитие конкурентных процессов регионального отраслевого рынка железобетонных изделий Пермского края / Д.В. Дмитриев // Труды III Всероссийского симпозиума по экономической теории – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2008. – Т. 2. – С. 64–67.

2. Дмитриев, Д.В. Понимание асимметрии информации в анализе отраслевых рынков / Д.В. Дмитриев // Труды VI Всероссийской конференции молодых ученых по институциональной экономике. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2008. – Т. 1. – С. 128–132.

3. Дмитриев, Д.В. Моделирование возможных тенденций изменения конкурентной среды под воздействием асимметрии информации / Д.В. Дмит-

риев // Экономическое развитие в современном мире: Россия и Азия в условиях глобальной экономической нестабильности. Материалы шестой Меж-

дународной научно-практической конференции. (Екатеринбург, 24–25 апреля 2009 г.). – Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2009. – С 117–123.

Поступила в редакцию 10 февраля 2009 г.

Перский Юрий Калманович. Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономической теории и отраслевых рынков Пермского государственного университета. Область научных интересов – современные методы анализа экономических систем и процессов и их приложения в задачах макро- и микроанализа экономики (государственное регулирование и повышение конкурентоспособности субъектов экономики и функциональных подсистем – образование, сфера услуг и др.). Контактный телефон: (8-342) 2396588; (8-342) 2396286. E-mail: persky@psu.ru, persky@mpm.ru

Yury Kalmanovich Persky. Doctor of Economics. Professor, Head of the Economic Theory and Regional Market department at Perm State University. Scientific interest: modern methods of economical systems and processes analysis and their application in economical macro- and microanalysis (state regulation and increase of competitiveness among economical subjects and functional subsystems – education, service industry, etc). Contact phone number: 007-342-2396588; 007-342-2396286. E-mail: persky@psu.ru, persky@mpm.ru

Дмитриев Дмитрий Владимирович. Ассистент, аспирант очной формы обучения кафедры экономики и организации промышленного производства Пермского государственного технического университета, г. Пермь. Область научных интересов – государственное регулирование отраслевых рынков. Контактный телефон: 89028331351. E-mail: ddv84@rambler.ru

Dmitry Vladimirovich Dmitriev. Assistant, post-graduate student of full-time tuition at the Economy and Commercial Production Organization department at Perm State Technical University, Perm. Scientific interest: regional market state regulation. Contact phone number 007-9028331351. E-mail: ddv84@rambler.ru

СБАЛАНСИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ РЕГИОНАЛЬНОГО ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА

В.Н. Мякшин, Т.Н. Песьякова

Статья посвящена проблеме применения сбалансированной системы показателей (ССП) для оценки эффективности регионального лесного комплекса. Авторами предложена методика оценки системы управления эффективностью, которая позволяет определить степень ее соответствия концепции СПП, разработана модель создания сбалансированной системы управления эффективностью лесного комплекса.

Ключевые слова: сбалансированная система показателей, региональный лесной комплекс, управление эффективностью бизнеса, критерии оценки, агрегированный индекс.

Питер Друкер, известный теоретик по вопросам управления, отметил, что немногие факторы имеют такое большое значение для деятельности организации как оценка, а оценка – это сегодня одна из самых слабых областей управления [1]. На наш взгляд, ключевой проблемой является исключительное преобладание финансовой оценки деятельности и связанные с ней ограничения.

В современном постоянно меняющемся мире с высоким уровнем конкуренции организации должны затрачивать значительные временные, трудовые и финансовые ресурсы для оценки результатов своей деятельности.

За прошедшие десятилетия методы ведения современного бизнеса коренным образом изменились, при этом системы оценки остались прежними, основанными исключительно на финансовых показателях.

Безусловно, эти системы идеально подходят для ориентированных на материальные активы ранних промышленных предприятий, но они плохо приспособлены для выявления создающих стоимость механизмов современной коммерческой организации. Ключ к созданию стоимости в сегодняшней экономике – нематериальные активы, такие как знания работников, отношения с клиентами и поставщиками, инновации.

Необходима оценочная система, способная уравновесить, сбалансировать историческую точность и целостность финансовых данных сегодняшними факторами экономического успеха.

Не существует единственно правильного способа управления эффективностью. Выбор системы управления эффективностью должен зависеть от условий, в которых существует организация: от ее культуры, структуры, технологии, от мнения заинтересованных лиц и от того, кто именно участвует в процессе.

Организации, стремящейся повысить эффективность своей деятельности, необходимо решить две важные задачи: во-первых, разработать соот-

ветствующие показатели эффективности и инструменты их измерения, а во-вторых, создать такую систему, которая мотивировала бы к достижению целевых показателей эффективности как организацию в целом, так и отдельных ее сотрудников.

Фундаментальное понимание философии управления эффективностью сформировали труды Д. Нортон и Р. Каплана, авторов концепции сбалансированной системы показателей (ССП) [2].

Прежде чем привести систему управления эффективностью лесного комплекса в соответствие с современными требованиями, необходимо осуществить ее оценку, выявить основные проблемы, определить направления, требующие корректировки.

Разработанная методика оценки текущего подхода к управлению эффективностью лесного комплекса является практическим инструментом, позволяющим проанализировать предмет и способ измерения, определить, какие параметры необходимо добавить к базе данных, чтобы обеспечить сбалансированную оценку эффективности деятельности комплекса.

На наш взгляд, эффективная система оценки деятельности должна иметь следующие характеристики.

1. База данных должна быть приведена в соответствие с несколькими ключевыми показателями. Максимальное количество обобщенных показателей – не более двадцати (20 переменных – оптимальное количество показателей, которые сможет систематически отслеживать и контролировать один человек).

Анализ деятельности крупных высокотехнологичных компаний показывает, что для управления эффективностью организаций любого уровня достаточно двадцати или менее критериев оценки.

Следует учесть, что в комплексе и в его структурных подразделениях осуществляется сбор и обработка многочисленных данных, которые затем необходимо группировать в обобщенные

индексы, представляющие показатели общей эффективности.

Показатели, которые не являются ключевыми для комплекса, могут выполнять роль предупреждающих индикаторов. К ним следует обращаться только при диагностировании существенных отклонений.

2. Отобранные критерии оценки эффективности должны быть связаны с ключевыми факторами успеха основных видов деятельности комплекса.

3. Отобранные показатели должны оценивать три временных периода: прошедший, текущий, будущий.

На основе показателей должен осуществляться анализ эффективности прошлого периода, сравнительная оценка настоящего и прогнозирование будущего.

Для производственной компании критерием оценки будущего периода может быть объем заказов постоянных потребителей.

4. Система показателей должна быть сбалансированной, то есть оценивать не только финансовую и операционную эффективность, но и степень удовлетворенности потребителей и сотрудников.

Несбалансированная система управления эффективностью может привести к банкротству, даже если все показатели достигнут целевых или контрольных значений.

5. Необходимо обеспечить возможность последовательного применения показателей на всех иерархических уровнях управления. Набор показателей структурных единиц комплекса должен быть связан с общими параметрами.

Критерии доступности информации и простоты измерения не должны быть основными при разработке целевых значений показателей структурных единиц. Главное – связь с успехом организации в целом.

Показатели, разработанные для комплекса, должны быть адаптированы для всех уровней. Показатели низшего уровня должны объединяться в показатели следующего, более высокого уровня.

Такой подход к построению системы управления эффективностью обеспечит целостность и последовательность проводимой оценки.

6. Объединение ряда показателей, характеризующих эффективность каждого из направлений деятельности, в единый индекс. Разработка индексов – один из способов сокращения числа показателей до оптимального количества.

Практика агрегирования данных в единый показатель упрощает отчетность, но при этом обобщенная статистика может скрывать негативные внутренние тенденции, которые отслеживаются только при помощи дополнительных показателей.

7. Динамичность системы показателей: по мере изменения внешней и внутренней среды, выделения новых и решения определенных ранее проблем в системы показателей добавляются (или убираются из нее) определенные показатели.

8. Целевые или контрольные значения показателей эффективности должны устанавливаться на основе качественного исследования и проведения сравнительного анализа деятельности ключевых конкурентов [1].

На основе предлагаемой методики возможна оценка следующих аспектов системы управления эффективностью:

1) общий подход к оценке эффективности деятельности комплекса;

2) соответствие разработанным требованиям и общей концепции конкретных типов показателей оценки эффективности;

3) сбалансированность системы показателей оценки эффективности;

4) оптимальность системы обработки и анализа данных.

Данная методика позволяет осуществить комплексную оценку системы управления эффективностью, определить степень соответствия конкретных типов входящих в нее показателей характеристикам ССП.

Анализ результатов оценки системы управления эффективностью на основе предложенной методики позволяет определить:

– степень соответствия подхода к управлению эффективностью основным принципам концепции ССП;

– значимость информации, получаемой с помощью принятой системы показателей, для повышения эффективности (доля информации, используемой для повышения эффективности, в общем объеме информации, полученной с помощью принятой системы показателей);

– изменения, которые следует внести в систему показателей для осуществления сбалансированной оценки эффективности.

Предусмотрена уровневая интерпретация результатов оценки системы управления эффективностью организации:

1) высокий уровень – сбалансированный системный подход организации к управлению эффективностью, соответствующий основным положениям концепции ССП:

– база данных по эффективности сокращена до нескольких ключевых показателей;

– набор параметров сбалансирован;

– собранные данные действительно используются для принятия решений и повышения эффективности организации.

2) уровень выше среднего – система управления эффективностью сбалансирована, но требует оптимизации и корректировки в одном из следующих направлений:

– анализ полученных данных для повышения эффективности;

– приведение индивидуальных показателей к интегрированным;

– измерение степени удовлетворенности клиентов и сотрудников.

3) средний уровень – организация предприятия определяет определенные действия в области управления эффективностью, но они несистемны и нуждаются в дополнительном исследовании, корректировке и доработке:

- по-прежнему слишком много показателей оценки;
- структурные подразделения используют различные несогласованные подходы;
- сформирован набор показателей по отдельным (не всем) категориям системы показателей;
- организация успешно проводит отдельные типы измерений, чаще традиционные: финансовых, операционных параметров, данных по качеству продукции.

4) уровень ниже среднего (низкий уровень) – система управления эффективностью не соответствует требованиям концепции ССП:

- применяются только традиционные финансовые и операционные показатели (не анализируется удовлетворенность клиентов и персонала);
- применяются только краткосрочные показатели, основанные на прошлых периодах.

Оценка системы управления эффективностью лесного комплекса Архангельской области на основе предложенной методики позволяет сделать следующие выводы:

– около 90% данных, анализируемых на предприятиях лесного комплекса, относится к двум категориям: финансовой и операционной;

– кроме указанных категорий есть статистика по охране окружающей среды (социальной безопасности);

– в целом по лесному комплексу отсутствуют обобщенные статистические данные как по уровню удовлетворенности клиентов и сотрудников, так и по таким областям, как качество и уровень сертифицированности продукции, эффективность работы с поставщиками;

– исследования удовлетворенности клиентов и сотрудников проводятся единичными предприятиями эпизодически, с периодичностью один раз в один–три года.

Такое положение мы как раз и оцениваем как отсутствие сбалансированной системы показателей. Это близорукий подход к оценке эффективности комплекса, так как он концентрируется только на показателях, влияющих на деятельность комплекса сегодня.

Для достижения сбалансированного управления эффективностью система оценки лесного комплекса требует значительной корректировки и модернизации.

На основе ключевых идей концепции ССП мы предлагаем следующую модель разработки системы показателей для оценки эффективности комплекса (см. рисунок).

В основу предлагаемого подхода к оценке эффективности комплекса положены следующие принципы:

1) сконцентрированность на измерении нескольких ключевых показателей;

2) предоставление обобщенной оценки эффективности на основе группировки показателей в единый индекс;

3) разработка показателей для оценки следующих направлений:

- финансовая эффективность;
- степень удовлетворенности потребителей;
- операционная эффективность (включая производительность, безопасность и экологичность);
- степень удовлетворенности сотрудников;

4) выбор целевых (или контрольных) значений для критериев оценки на основе анализа результатов деятельности прошлого периода, текущего состояния, перспектив будущего развития (учет трех измерений);

5) связь критериев оценки с ключевыми факторами успеха основных видов деятельности комплекса;

6) разработка критериев на всех организационных уровнях;

7) корректировка критериев оценки в соответствии с изменениями как внешней, так и внутренней среды организации.

Система показателей без разработанных ориентиров лишена смысла.

Необходимо установить краткосрочные и долгосрочные целевые значения для каждого из показателей.

Различные источники представляют разные определения понятия «цель».

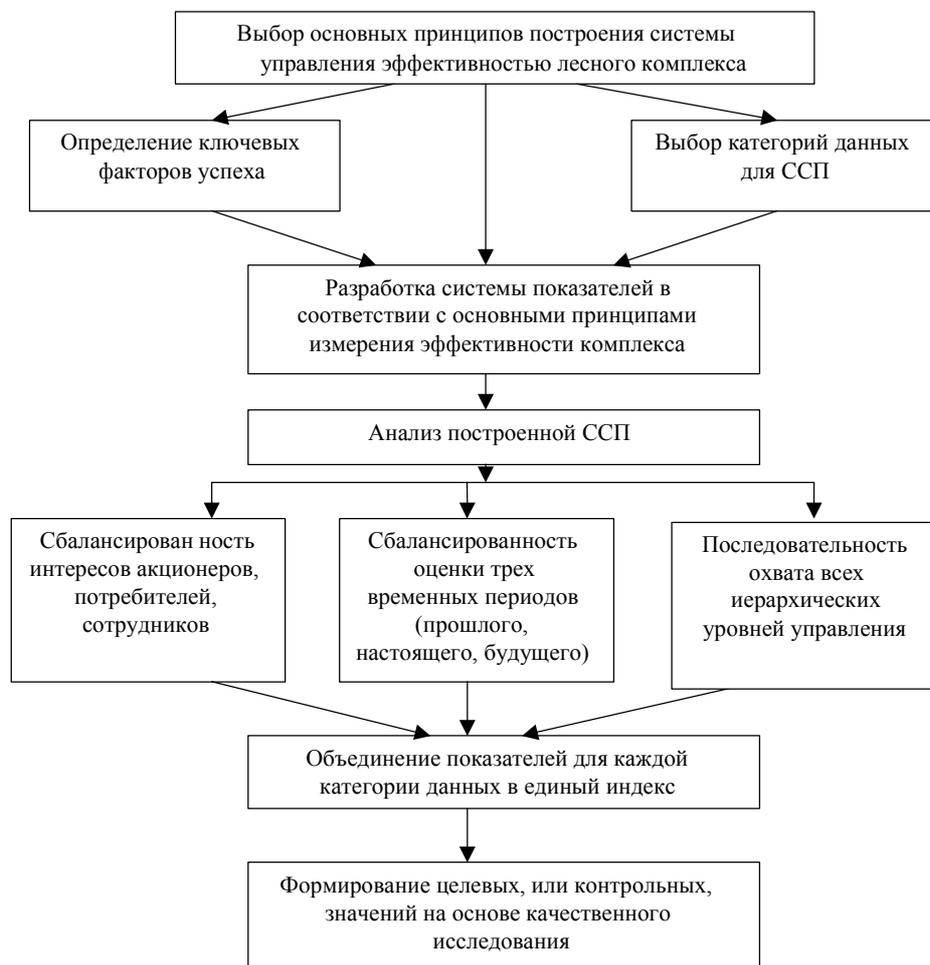
В данной работе под термином «цель» подразумевается измеряемый определенный уровень эффективности, который непосредственно связан с конкретным показателем и может быть достигнут в течение определенного промежутка времени.

На наш взгляд, цель состоит из трех частей: показатель эффективности как таковой, желаемый уровень эффективности, измеряемый с помощью этого показателя, и промежуток времени, в течение которого должен быть достигнут данный уровень эффективности. Иными словами, цель – это определенное для конкретного промежутка времени целевое значение показателя эффективности.

Цели необходимо ставить на каждом уровне организации таким образом, чтобы достижение целей более низкого уровня автоматически вело к достижению макроцелей.

Основой для постановки оперативных целей служат оперативные показатели, а также конечные показатели результатов процесса.

Основой для постановки макроцелей является качественное исследование деятельности ключевых конкурентов, лидеров отрасли, а также проведение сравнительного анализа эффективности компаний, которые, возможно, действуют за пределами отрасли.



Модель разработки сбалансированной системы управления эффективностью регионального лесного комплекса

При определении целевых значений показателей эффективности возможны следующие проблемы:

1. Основой для определения целевых значений является исключительно уровень эффективности прошлого периода. Практика экстраполяции предыдущих достижений приобрела популярность в 70-е годы в связи с распространением подхода управления по целям (management by objectives, МВО).

Эффективность прошлого периода, безусловно, необходимо учитывать при определении целевых значений показателей, однако она не должна быть единственным ориентиром.

2. Произвольный выбор целевых значений показателей.

Выбор целевых значений показателей эффективности должен основываться на:

- эффективности прошлых периодов;
- эффективности конкурентов;
- эффективности ведущих компаний лесного комплекса;
- анализе технического потенциала и ресурсов;

– обратной связи с сотрудниками, деятельность которых непосредственно связана с достижением данной цели;

– анализе взаимосвязи повышения данного показателя с изменением других показателей эффективности.

Вывод: основой для определения целевых значений показателей эффективности должны служить исследование кадрового и технического потенциала комплекса, показатели уровня эффективности прошлых периодов и ключевые конкуренты.

3. Несоответствие краткосрочных и долгосрочных целей.

Показатели эффективности, для которых определены целевые значения на год, отличаются от тех показателей, по которым предполагается оценивать деятельность организации в будущем. В идеале краткосрочные и долгосрочные цели должны основываться на одних и тех же показателях эффективности, при этом долгосрочные цели подразумевают более высокий уровень эффективности.

4. Несоответствие целей на различных функциональных уровнях комплекса.

Единственным действенным способом разрешения данной проблемы является разработка показателей эффективности для комплекса в целом и дальнейшее распространение системы оценки на все функциональные уровни.

Проведение оценки всегда критично для повышения эффективности, но если данные оценки не используются для принятия решений по повышению эффективности, даже хорошая система измерения и оценки не представляет собой ценности.

После приведения системы показателей в соответствие с разработанными требованиями и выбранной концепцией управления эффективностью, необходимо решить не менее важные проблемы:

- 1) определить способ представления данных;
- 2) осуществить анализ данных для принятия решения по повышению эффективности.

Сбалансированная система показателей эффективности является источником информации для анализа.

Правильный анализ данных и их целевое использование являются сутью управления эффективностью.

Прежде всего, необходимо выбрать основные параметры для анализа данных. На наш взгляд, такими параметрами являются: уровень, тенденции, изменчивость.

Под уровнем понимается степень соответствия показателей эффективности в текущем периоде:

- целям развития комплекса;
- показателям эффективности прошлого периода;
- соответствующим показателям эффективности конкурентов;
- показателям эффективности лучших компаний в отрасли.

Анализ уровня показателей эффективности осуществляется на основе сравнительной оценки значительного количества статистических данных.

Анализ тенденции предполагает рассмотрение данных в динамике и построение трендов. Возможны три ситуации: улучшение, ухудшение, отсутствие изменений.

Изменчивость или флуктуация трендов и степени эффективности за определенный промежуток времени является третьим необходимым для изучения параметром.

Выявление причин аномалий или резкого повышения и падения уровня эффективности позволяет своевременно предусмотреть комплекс мер по обеспечению стабильности организации.

При оценке системы управления эффективностью лесного комплекса Архангельской области выявлены следующие проблемы в способах представления данных для анализа и обработки, требующие решения:

- 1) отсутствие графической интерпретации данных, представленных в виде таблиц;
- 2) представление несопоставимых данных;
- 3) отсутствие целевых показателей при представлении данных по эффективности;
- 4) представление данных только за последний период (год);
- 5) избыточность представленных данных (представление второстепенных или вспомогательных данных).

Один из важных этапов реорганизации системы оценки – стандартизация формата представления данных по эффективности в масштабах комплекса.

В настоящее время в рамках каждой структурной единицы комплекса используется более 20 форматов отчетности различного уровня и предназначения.

Разнообразие форматов затрудняет интерпретацию и сравнительный анализ данных.

Требования к стандартизированному формату отчетности:

- 1) оформление:
 - единый формат;
 - графическая интерпретация данных;
 - простота и доступность для всех сотрудников;
 - небольшой объем;
- 2) содержание:
 - представление данных в динамике;
 - включение целевых значений показателей;
 - включение показателей эффективности ведущих компаний отрасли.

Стандартизация форматов отчетности дает следующие преимущества:

- 1) предоставление возможности сравнительного анализа показателей отчетности по следующим направлениям:
 - соответствие целевым значениям;
 - отслеживание динамики за различные временные периоды;
 - сравнение с аналогичными показателями ведущих компаний отрасли;
- 2) экономия времени;
- 3) включение всех сотрудников в систему управления эффективностью через обеспечение доступности статистической информации.

Критерием правильности составления ССП служит достижение баланса эффективности по всем показателям системы оценки.

Важно не только регулярно отслеживать изменение показателей, но также анализировать, каким образом изменение одного показателя влияет на изменение другого (отслеживать взаимовлияние показателей).

Обоснованность решения возможна только при понимании взаимосвязи и взаимозависимости показателей.

Можно выделить следующие преимущества

модернизации системы управления эффективностью на основе ССП:

- концентрация деятельности на нескольких ключевых параметрах;
- сокращение объема отчетности на три четверти;
- сокращение количества ежедневно анализируемых отчетов по эффективности на 50 %;
- оптимизация баланса интересов потребителей, акционеров и персонала;
- сокращение затрат рабочего времени менеджеров на анализ и интерпретацию многочисленных не ключевых данных;
- развитие коммуникаций между всеми сотрудниками за счет распространения ССП на все организационные и функциональные уровни [2].

Вывод: основными преимуществами внедрения ССП является оптимизация объема отчетности, затрат времени на ее анализ и интерпретацию,

оптимизация баланса интересов потребителей, акционеров и сотрудников комплекса за счет концентрации на нескольких ключевых параметрах.

Основной целью построения сбалансированной системы показателей является сбалансированная оценка эффективности, которая позволяет диагностировать основные проблемы в деятельности комплекса и разработать систему мероприятий по повышению эффективности, то есть, конечной целью внедрения ССП является повышение эффективности деятельности комплекса.

Литература

1. Браун, Марк Г. *Сбалансированная система показателей: на маршруте внедрения* / Марк Грэм Браун. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 226 с.

2. Каплан, Р. *Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию* / Р. Каплан, Д. Нортон. – М.: ЗАО «Олимп-бизнес», 2003. – 320 с.

Поступила в редакцию 1 сентября 2008 г.

Мякшин Владимир Николаевич. Кандидат экономических наук, доцент Архангельского государственного технического университета, г. Архангельск. Область научных интересов – балансовые модели в экономике, региональная экономика.

Vladimir N. Myakshin. Doctor of Economics, associate professor of Arkhangelsk State Technical University. Scientific interests: balanced models in economics, regional economics.

Песьякова Татьяна Николаевна. Аспирант кафедры экономики отраслей Архангельского государственного технического университета, г. Архангельск. Область научных интересов – отраслевой менеджмент, сбалансированное управление экономическими системами.

Tatiana N. Pesyakova. Post-graduate student of the Branch Economics department, Arkhangelsk State Technical University. Scientific interests: specialized management, balanced management of economic systems.

Контактный телефон: (8-8182)-26-70-10, e-mail: mcshin@yandex.ru
Contact data: tel. +7 8182 26 70 10, e-mail: mcshin@yandex.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ОБОСНОВАННОСТИ ПРИНИМАЕМЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ¹

Е.Д. Вайсман, И.А. Соловьева

Предложена методика построения карт позиционирования, позволяющая в двумерной системе координат определить позиции игроков на исследуемом рынке. Основным отличительным преимуществом методики является получение более точной, количественной оценки рыночных позиций фирм, что, в свою очередь, существенно расширяет возможности маркетингового анализа. Показано, что в результате такого анализа может быть решен целый ряд аналитических задач, что позволит предприятию более обоснованно подойти к выбору стратегии своего поведения на рынке, направленной на выживание и рост конкурентоспособности.

Ключевые слова: фирма, конкурентоспособность, экономика, маркетинговый анализ, карта позиционирования, цена, качество, управление, стратегическая группа.

Непременным условием принятия обоснованного управленческого решения является наличие полноценной, актуальной и корректной информации о состоянии рынка. Требования к этой информации существенно повышаются в условиях кризиса, когда рост предприятий уже не обеспечивается ростом рынка, и необходимо интенсифицировать усилия по поиску путей выживания и повышения своей конкурентоспособности. Значительную помощь в этом поиске может оказать маркетинговый анализ. На наш взгляд, в достаточной степени эффективным инструментом такого анализа являются карты позиционирования.

Карты позиционирования, или, как их иногда называют, атрибутивные, то есть основанные на свойствах или атрибутах, карты восприятия [4] позволяют идентифицировать различные пакеты выгод или ценностей и описать воспринимаемые потребителями рыночные позиции основных брендов или игроков. По сути, такие карты представляют собой некую картину рынка, на которой в двумерной системе координат изображены конкурирующие марки или фирмы. Чаще всего в качестве одной из координат используется ценовой параметр, а в качестве второй – какой-либо качественный параметр.

Анализ публикаций [6–8], описывающих методику построения карт позиционирования отечественными и зарубежными авторами, позволяет отметить, по крайней мере, три чаще всего встречающихся недостатка этих методик.

Во-первых, в ряде случаев в основу построения карты кладутся результаты экспертных оценок рыночных аналитиков, в то время как объективная оценка должна опираться на мнение потребителей.

Во-вторых, рыночные позиции анализируе-

мых брендов или фирм зачастую не оцениваются количественно в заданной системе координат, а определяются примерно, «на глазок».

В-третьих, методики не предлагают инструментов анализа полученной информации.

В результате такого построения рыночные позиции исследуемых объектов определяются приблизительно, недостаточно точно, что не позволяет использовать эту информацию для выработки обоснованных управленческих решений.

С целью нивелирования отмеченных недостатков авторами разработана методика построения карт позиционирования фирм-конкурентов на рынке и предложены инструменты их анализа.

В основу методики положена оценка значений двух, в каждом конкретном случае специально формируемых, факторов, каждый из которых рассчитывается в относительных единицах, с помощью соответствующего индекса:

- количественного, представляющего оценку уровня цен фирмы, работающей на конкурентном рынке;
- качественного, выражающего комплексную оценку уровня (качества) обслуживания фирмой своих клиентов.

При расчете количественного фактора отдельной задачей является выбор базы сравнения цен фирм-конкурентов. В некоторых случаях, когда различия в ассортименте не дают возможности выявить общий для всех анализируемых фирм продукт (под продуктом обычно понимают товар или услугу), приходится вводить некую условную базу сравнения. Это может быть, например, товар стандартизированного размера, услуга в единицу времени и т. п. В некоторых случаях в расчет может быть принята цена не одного, а нескольких,

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке АВИЦП «Развитие научного потенциала высшей школы (2009–2010 годы), проект 2.1.3/753».

наиболее характерных для исследуемого рынка, продуктов.

По сути, количественный фактор представляет собой индекс, отражающий уровень цен на продукт конкретной фирмы по отношению к средним или максимальным ценам, сложившимся на исследуемом сегменте рынка, который мы предлагаем рассчитывать по следующей формуле:

$$I_{цен_j} = \frac{C_j}{C_{cp(max)}}, \quad (1)$$

где $I_{цен_j}$ – индекс цен в j -й фирме; C_j – цена основного (или стандартизированного) продукта в j -й фирме; $C_{cp(max)}$ – средняя (максимальная) цена продукта среди исследованных фирм; j – порядковый номер фирмы.

В результате расчета индекса цен $I_{цен_j}$ по каждой из отобранных для анализа фирм определяется значение первой координаты карты позиционирования.

Вторая координата характеризует состояние качественного фактора, который, в отличие от количественного, является комплексным. Поэтому при его формировании, прежде всего, необходимо определить, какие именно выгоды или атрибуты исследуемых фирм необходимо учесть. Выбор пакета этих атрибутов, определение степени важности каждого из них, а также балльная оценка уровня (качества) атрибутов всех анализируемых фирм зависит от особенностей исследуемого рынка, и осуществляется с помощью исследования мнений потребителей. Использование балльной оценки обусловлено тем фактом, что в качественный фактор, как правило, входят атрибуты, имеющие различные единицы измерения.

Каждый атрибут оценивается с помощью соответствующего индекса, рассчитываемого как отношение суммы баллов, полученных конкретной фирмой, к среднему по рынку или максимально возможному количеству баллов по тому или иному атрибуту, с помощью следующей формулы:

$$I_{к_{ij}} = \frac{B_{ij}}{B_{i cp(max)}}, \quad (2)$$

где $I_{к_{ij}}$ – индекс i -го атрибута комплексной оценки качества обслуживания клиентов для j -й фирмы; B_{ij} – количество баллов, полученное j -й фирмой по i -му атрибуту; $B_{i cp(max)}$ – среднее или максимальное количество баллов, которое может получить фирма по i -му атрибуту; j – порядковый номер фирмы; i – порядковый номер атрибута, по которому рассчитывается индекс.

В целом качественный фактор или, другими словами, комплексная оценка уровня (качества) обслуживания фирмой своих клиентов определяется как многомерная средняя по следующей формуле:

$$I_{к_j} = \sum_{i=1}^n \frac{I_{к_{ij}}}{I_{к_{i cp}}} W_i, \quad (3)$$

где $I_{к_j}$ – индекс уровня (качества) обслуживания клиентов j -й фирмой; $I_{к_{ij}}$ – индекс i -го атрибута уровня (качества) обслуживания клиентов для j -й фирмы; $I_{к_{i cp}}$ – среднее значение индекса i -го атрибута уровня (качества) обслуживания клиентов среди исследованных фирм; W_i – коэффициент значимости данного индекса; j – порядковый номер фирмы; i – порядковый номер индекса; n – общее количество атрибутов, используемых для оценки уровня (качества) обслуживания клиентов.

В результате по каждой из отобранных для анализа фирм определяется значение второй координаты карты позиционирования. В конечном счете на карту наносятся позиции исследуемых фирм.

Анализ выявленных рыночных позиций позволяет, во-первых, выделить, по терминологии М. Портера [5], так называемые стратегические группы (фирмы, близкие по своим конкурентным позициям), внутри которых происходит основная конкурентная борьба. Во-вторых, определить степень конкуренции и дифференциации внутри каждой группы. В-третьих, оценить конкурентоспособность каждого представителя группы, и, наконец, в-четвертых, на основе определения наиболее целесообразной политики ценообразования и продвижения определить целесообразные направления его стратегического развития.

Разработанная методика была апробирована авторами при проведении исследований ряда рынков г. Челябинска (в частности, [1–3]). В качестве примера приведем результаты исследования челябинского рынка юридических услуг, направленного на выработку стратегии развития одного из его игроков.

Для определения возможных направлений стратегического развития фирмы по результатам исследования рынка ($n = 60$ фирм) была построена карта позиционирования. Ее построение потребовало адаптации разработанной методики к особенностям рынка юридических услуг.

Определение количественного фактора – индекса цен

Для определения уровня цен юридических фирм были оценены средние затраты клиентов на оплату:

- услуг по регистрации предприятия;
- услуг арбитража;
- комплексного абонентского обслуживания в течение 1 месяца.

Выбор перечня услуг обусловлен частотой их потребления и интересом фирмы-заказчика к расширению объема предложения по абонентскому обслуживанию. Для получения сопоставимых данных была смоделирована фирма-клиент юридических услуг определенной организационно-правовой формы, отраслевой принадлежности и определенного масштаба деятельности, от лица которой проводился опрос.

В табл. 1 сведены результаты расчетов индексов цен на регистрацию $I_{рег}$, услуги арбитража $I_{арб}$, на комплексное месячное абонентское обслуживание $I_{аб}$, на основе которых получен общий индекс цен на услуги конкретной юридической фирмы $I_{цени}$. В качестве примера приведены данные по 10 из 60 исследованных фирм. Аналогичные расчеты проведены по всей выборке.

Таблица 1
Индексы цен на услуги юридических фирм

№	Название юридической фирмы	$I_{рег}$	$I_{арб}$	$I_{аб}$	$I_{цени}$
1	Покровь	0,90	1,39	0,87	1,05
2	Партнер	0,95	1,42	1,06	1,15
3	Траст	1,51	0,66	1,32	1,16
4	Профи	1,15	н/д	1,17	1,16
5	Пульс Закона	0,79	0,99	0,95	0,91
6	Русская Правда	н/д	0,66	н/д	0,66
7	Советник	0,64	1,31	0,64	0,86
8	СоветникЪ	0,72	0,11	0,79	0,54
9	Стратегия бизнеса	1,30	н/д	1,32	1,31
10	Стрелец-консалтинг	1,51	0,88	0,90	1,10

Определение качественного фактора – индекса комплексной оценки уровня (качества) обслуживания клиентов

По мнению абсолютного большинства аналитиков все еще низкая степень организованности современного российского рынка юридических услуг не позволяет с достаточной корректностью оценить качество предоставляемых на нем услуг [9, 11]. Именно поэтому в методику позиционирования введен не фактор качества услуг, а фактор уровня (качества) обслуживания клиентов юридическими фирмами.

При проведении комплексной оценки уровня (качества) обслуживания клиентов юридическими фирмами использовалась система из четырех показателей:

- показатель 1 – «Широта ассортимента предлагаемых фирмой услуг»;
- показатель 2 – «Оперативность реагирования на запросы клиентов»;
- показатель 3 – «Доступность информации о фирме»;
- показатель 4 – «Месторасположение офиса».

Выбор этих показателей в качестве характеристик уровня обслуживания клиентов, а также оценка их относительной важности получены в результате опросов как специалистов рынка юридических услуг, так и потребителей этих услуг. Для получения индекса комплексной оценки уровня (качества) обслуживания клиентов $I_{ки}$ необходимо было рассчитать значения частных индексов по каждому из четырех показателей.

Показатель 1. Широта ассортимента услуг конкретной юридической фирмы считается сегодня важным показателем ее конкурентоспособности.

По оценкам игроков челябинского рынка юридических услуг сегодня можно выделить фирмы, продвигающие так называемые публичные услуги (то есть типичные юридические, и связанные с ними услуги) и фирмы, оказывающие «специальные» услуги, связанные со спецификой экономической ситуации в Челябинске. В нашем исследовании показатель «широта ассортимента» оценивался по первой группе фирм по балльной шкале (табл. 2).

Таблица 2
Балльная оценка показателя «Широта ассортимента»

Широта ассортимента услуг	Количество баллов
1 вид услуг	1
2 любых вида услуг	2
Более 2-х видов услуг	3

Индекс показателя «Широта ассортимента» рассчитывался как отношение суммы баллов, полученных конкретной юридической фирмой, к максимальному возможному количеству баллов (3).

Показатель 2. Оперативность реагирования на запросы клиентов оценивалась по скорости получения от каждой исследуемой фирмы необходимой информации с помощью телефонного звонка, а также запросов по электронной почте по балльной шкале, представленной в табл. 3 (максимально по этому показателю фирма могла получить 3 балла).

Таблица 3
Балльная оценка показателя «Оперативность реагирования на запросы клиентов»

Критерии оперативности реагирования на запросы клиентов	Количество баллов
1. Возможность получения необходимой информации по телефону:	
– с первого звонка;	2
– ответ получен со 2–3-й попытки	1
– для получения информации необходимо более 3-х попыток	0
2. Возможность получения необходимой информации по электронной почте:	
– ответили на запрос по e-mail	1
– не ответили на запрос по e-mail	0

Индекс показателя «Оперативность реагирования на запросы клиентов» ($I_{опер}$) для каждой конкретной фирмы рассчитывался по формуле (2).

Показатель 3. Для оценки показателя «Доступность информации о фирме» учитывались выявленные в процессе исследования тенденции российского рынка юридических услуг, согласно которым в настоящее время конкурентоспособность юридической фирмы принято оценивать в числе прочих показателей наличием у нее «работающего» сайта [10].

Показатель «Доступность информации о фирме» для каждой конкретной юридической фирмы оценивался по балльной шкале следующим образом (табл. 4).

Таблица 4
Балльная оценка показателя «Доступность информации о фирме»

Доступность информации о фирме	Количество баллов
Фирма размещает рекламу в бесплатных СМИ (например, в Челябинске это газеты «Из рук в руки», «Соседи»)	1
Фирма размещает рекламу в печатных и электронных справочниках (например, в Челябинске это издание «Прайс», 74.ru и т. д.)	2
Фирма размещает рекламу на собственном сайте, но сайт редко обновляется или вообще не обновляется	3
Фирма размещает рекламу на собственном регулярно обновляемом сайте	4

Таким образом, конкретная юридическая фирма может получить максимально 7 баллов по анализируемому показателю. Индекс показателя «Доступность информации о фирме» рассчитывался как отношение суммы баллов, полученных данной юридической фирмой, к максимально возможному.

Показатель 4. Показатель «Месторасположение офиса» был выбран для оценки, исходя из его важности с точки зрения конкурентоспособности, в принципе, почти для любого бизнеса, а в особенности, бизнеса услуг. Для оценки значения показателя использовалась балльная шкала (табл. 5).

Таблица 5
Балльная оценка показателя «Месторасположение офиса»

Месторасположение офиса	Количество баллов
1. Фирма расположена в пределах микрорайона расположения здания суда, регистрационной палаты и т. п.	3
– Офис фирмы расположен в центре города	2
– Другое месторасположение офиса фирмы	1
2. Близость к офисным центрам (расположение внутри или вблизи офисного центра)	1

Таким образом, по этому показателю «Месторасположение офиса» конкретная юридическая фирма может получить максимально 4 балла. В табл. 6 приведены сводные результаты расчета индексов I_{acc} , $I_{опер}$, $I_{доступ}$, $I_{место}$ на примере 10 из 60 обследованных фирм.

Обобщенный индекс комплексной оценки уровня (качества) обслуживания клиентов I_{ki} рассчитывался как многомерная средняя по приведенной выше формуле (3). При этом значения коэффициентов значимости каждого показателя определялись экспертным путем (в качестве экспертов использовались потребители рынка юридических услуг).

На основе рассчитанных значений индексов $I_{цен i}$ и I_{ki} по каждому из представителей исследуемой выборки была построена карта рыночного позиционирования игроков челябинского рынка юридических услуг (рис. 1).

Таблица 6
Индекс уровня «качества» обслуживания клиентов юридическими фирмами

№	Название фирмы	I_{acc}	$I_{опер}$	$I_{доступ}$	$I_{место}$	I_{ki}
1	Покровъ	1,00	0,67	1,00	0,57	0,85
2	Практика	0,90	1,00	0,25	0,14	0,68
3	Траст	1,00	0,67	0,50	0,57	0,75
4	Профи Центр	1,00	0,00	0,50	0,29	0,56
5	Пульс Закона	1,00	0,67	0,50	0,86	0,80
6	Русская Правда	0,80	0,33	1,00	0,14	0,70
7	Советник	1,00	1,00	0,50	0,14	0,73
8	СоветникЪ	1,00	1,00	0,75	0,14	0,78
9	Стратегия бизнеса	1,00	0,33	0,25	0,43	0,60
10	Стрелец-консалтинг	1,00	0,67	0,25	0,29	0,64

Анализ карты позиционирования позволяет констатировать, что рынок юридических услуг г. Челябинска представлен четырьмя стратегическими группами. В первую группу попали, в основном, адвокатские конторы, занимающиеся исключительно арбитражем и отличающиеся относительно высокими ценами на свои услуги. Этой особенностью, очевидно, и объясняется тот факт, что первая стратегическая группа расположена на иррациональной оси карты.

Вторая группа представлена мелкими фирмами с относительно невысоким, по нашим оценкам, уровнем обслуживания клиентов и относительно низкими ценами на свои услуги.

Третья стратегическая группа – это фирмы, уровень обслуживания клиентов которыми соответствует, по нашим оценкам, среднему по рынку. Свои услуги они продвигают по ценам несколько выше или ниже среднеотраслевых.

Четвертая стратегическая группа – наиболее крупные юридические компании Челябинска, продвигающие на рынок относительно широкий спектр услуг по ценам выше средних по рынку.

Полученная карта существенно расширяет возможности маркетингового анализа. Так, кроме определения текущей рыночной позиции фирмы на рынке на ее основе можно решить еще целый ряд задач.

1. Построенная карта дает возможность для оценки степени конкуренции внутри каждой стратегической группы. Для этого, на наш взгляд, целесообразно использовать два критерия: количество присутствующих в ней игроков и уровень дифференциации внутри группы, который мы пред-

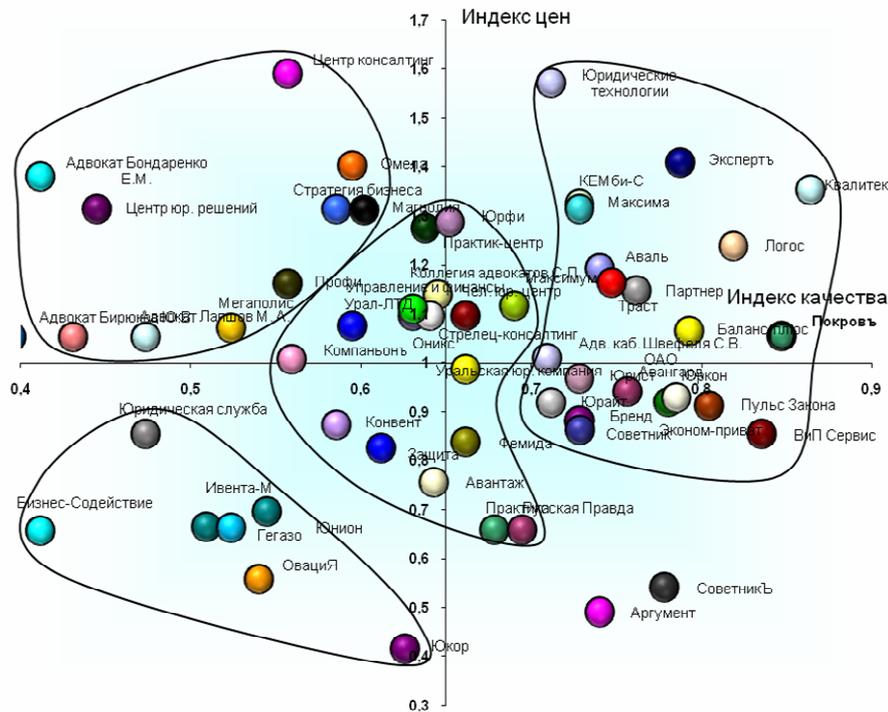


Рис. 1. Карта позиционирования юридических фирм г. Челябинска

лагаем измерять с помощью таких показателей как размах вариации, коэффициент вариации.

В случае использования показателя «размах вариации» можно получить характеристики дифференциации отдельно по ценовому и качественному факторам. Если же аналитик предпочитает получить общую оценку дифференциации внутри стратегической группы, следует использовать интегральный коэффициент вариации. Мы предлагаем его рассчитывать как среднюю арифметическую простую из частных коэффициентов по каждому фактору следующим образом:

$$K_{вар} = \frac{K_{вар_{цен}} + K_{вар_{кач}}}{2} = \frac{\left(\frac{O'_{цен}}{I_{цен_{cp}}} + \frac{O'_{кач}}{I_{кач_{cp}}} \right)}{2}, \quad (4)$$

где $K_{вар}$ – интегральный коэффициент вариации для стратегической группы; $K_{вар_{цен}}$ – коэффициент вариации цен для стратегической группы; $K_{вар_{кач}}$ – коэффициент вариации уровня (качества) обслуживания клиентов для стратегической группы; $O'_{цен}$ – среднеквадратическое отклонение цен для стратегической группы; $O'_{кач}$ – среднеквадратическое отклонение уровня (качества) обслуживания клиентов для стратегической группы; $I_{цен_{cp}}$ – среднее значение цен для стратегической группы; $I_{кач_{cp}}$ – среднее значение уровня (качества) обслуживания клиентов для стратегической группы.

В случае анализа рынка с преобладанием ценовых либо качественных предпочтений потребителей этот коэффициент целесообразно рассчитывать как

среднюю арифметическую взвешенную величину, что потребует выявления степени важности (веса) для потребителей того или иного фактора.

Так, в нашем примере представители второй стратегической группы отличаются сравнительно низкой дифференциацией по ценовому фактору и высокой – по качественному. Наибольшее количество конкурентов сосредоточено в четвертой стратегической группе, при этом интегральный коэффициент вариации, рассчитанный по формуле (4), составляет 0,56, что свидетельствует об относительно высокой степени дифференциации в группе.

2. На основании полученных значений координат карты появляется возможность рассчитать коэффициенты стратегических позиций фирм-конкурентов, которые, по сути, с нашей точки зрения, характеризуют их конкурентоспособность:

$$K_{ксп_j} = \frac{I_{кач_j}}{I_{цен_j}}, \quad (5)$$

где $K_{ксп_j}$ – коэффициент конкурентоспособности для j -й фирмы; $I_{цен_j}$ – индекс цен j -й фирмы; $I_{кач_j}$ – индекс уровня (качества) обслуживания клиентов j -й фирмой; j – порядковый номер фирмы.

Конкурентоспособность предприятия тем выше, чем выше показатель ее конкурентоспособности, что достигается в случае, когда качественные показатели растут более быстрыми темпами, чем ценовые. Понятно, что сравнение коэффициентов конкурентоспособности целесообразно проводить внутри каждой стратегической группы. Так, в четвертой стратегической группе нашего

примера наиболее высокий коэффициент конкурентоспособности завоевала юридическая фирма «Пульс Закона».

3. На основе полученной информации можно выявить зависимость цены на предлагаемые фирмой продукты от уровня (качества) обслуживания клиентов. Так, для юридических фирм четвертой стратегической группы эта зависимость проиллюстрирована на рис. 2.

Видно, что, несмотря на существующую зависимость между исследуемыми переменными, далеко не все фирмы при выборе политики ценообразования ориентируются на сложившийся уровень обслуживания клиентов.

Выявленная зависимость дает дополнительные возможности и для выбора наиболее эффективной политики продвижения, поскольку, в част-

ности, выявляет наиболее конкурентоспособные атрибуты продукта, которые следует подчеркивать в обращении к клиентам.

4. При выборе наиболее целесообразного направления развития фирмы (рис. 3) необходимо учитывать, с одной стороны, тенденции развития рынка и особенности спроса, с другой – существующие у анализируемой фирмы ресурсные ограничения. Изменение рыночной позиции фирмы, как правило, требует определенных затрат, и эти затраты должны быть сопоставимы с потенциальными результатами. Так, изменение рыночной позиции может улучшить, ухудшить или не повлиять на финансовое положение фирмы.

Аналитики рынка признают, что сегодня юридическая компания существенно повышает свою конкурентоспособность, если может полностью

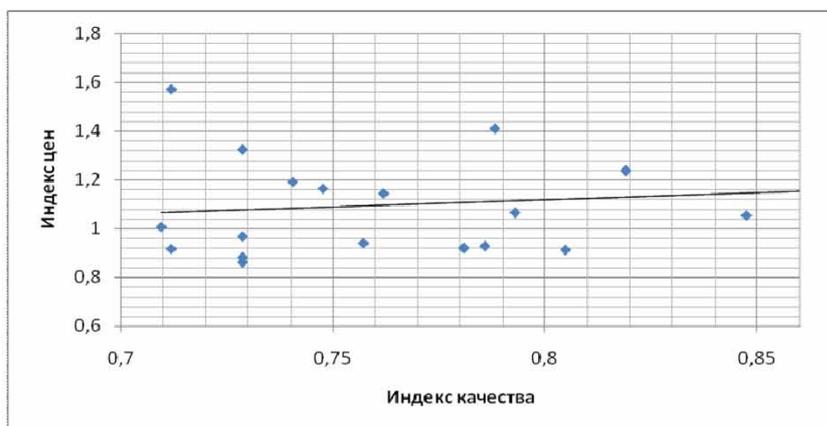


Рис. 2. Зависимость уровня цен от качества предоставляемых услуг на рынке юридических услуг г. Челябинска

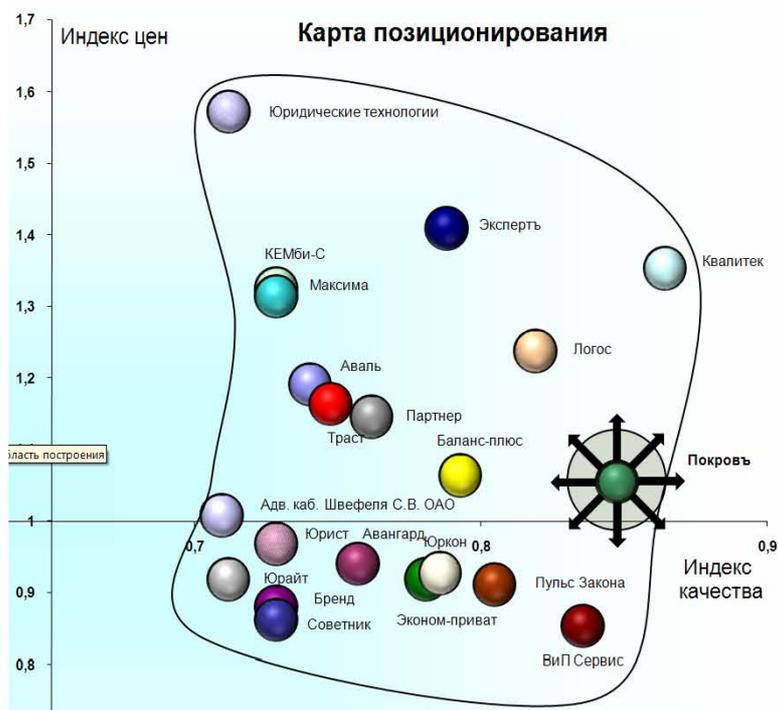


Рис. 3. Возможные направления стратегического развития юридической фирмы

сопровождать финансово-хозяйственную деятельность предприятий-клиентов: от создания до ликвидации. И конкурентная борьба в настоящее время уже идет не за бухгалтерское или юридическое сопровождение предприятия, а за клиента целиком.

В нашем случае это означает, что для фирм, попавших, например, в четвертую стратегическую группу, наиболее целесообразным направлением развития является движение по карте вверх и вправо, что соответствует решениям, направленным на рост качества оказываемых услуг (например, за счет расширения их ассортимента) и, в меньшей степени, повышение цен на них. Заметим, однако, что, учитывая современную кризисную ситуацию, решения, связанные с ростом цен, могут оказаться неэффективными.

5. Построение карт позиционирования в динамике позволяет отследить соответствие фактического направления развития фирмы запланированному с целью выявления так называемых «разрывов» – отклонения значений фактических целевых показателей от плановых, определить, за счет изменения каких факторов происходит укрепление или ослабление рыночных позиций. Кроме того, добавление факторно-индексного анализа может выявить составляющие качества, которые внесли основной вклад в изменение рыночных позиций или те, изменение которых способствует достижению цели с наименьшими затратами ресурсов.

Таким образом, построение карт позиционирования предложенным способом предоставляет достаточно широкие возможности для маркетингового анализа, на основе результатов которого предприятие может более обоснованно подойти к выбору стратегии своего поведения на рынке, направленной на выживание и рост конкурентоспособности.

Литература

1. Вайсман, Е.Д. Обзор рынка туристических услуг / Е.Д. Вайсман, И.А. Дубских // *Информации*

онно-аналитическое издание «VIP-Пространство». – Апрель 2003. – С. 17–20.

2. Вайсман, Е.Д. Рынок отделочных строительных материалов города Челябинска / Е.Д. Вайсман, И.А. Дубских // *Информационно-аналитическое издание «VIP-Пространство»*. – Ноябрь 2002. – С. 14–18.

3. Вайсман, Е.Д. Рынок фитнес-услуг Челябинска: состояние и перспективы / Е.Д. Вайсман, И.А. Соловьева // *Теория и практика маркетинговых исследований в России: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции; под ред. В.И. Кебы*. – Магнитогорск: ГОУ ВПО «МГТУ», 2007. – С. 25–30.

4. Ламбен, Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен; пер. с фр. – СПб.: Питер, 2005. – 800 с.

5. Портер, Майкл. Конкурентная стратегия / М. Портер; пер. с англ. – Альпина Бизнес Букс, 2007. – 454 с.

6. Статистика: учебник для вузов по специальности «Финансы и кредит» / И.И. Елисеева, Н.М. Гордеев, О.В. Долотовская и др.; под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Высшее образование, 2006. – 565 с.

7. Гайдаенко, Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс MBA / Т.А. Гайдаенко. – М.: Эксмо, 2008. – 512 с.

8. Теория статистики: учебник для экон. специальностей вузов / 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. – 654 с.

9. www.raexpert.ru. – официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт РА».

10. www.urallaw.ru – официальный сайт коллегии адвокатов «Частное право».

11. www.rusjur.ru. – официальный сайт коллегии адвокатов «РусЮрЗащита».

Поступила в редакцию 25 июня 2009 г.

Вайсман Елена Давидовна. Кандидат экономических наук, профессор кафедры «Экономика и финансы» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – управление конкурентоспособностью предприятия. Контактный телефон: 89120837021.

Elena Davidovna Vaysman. Candidate of Economics, professor of the Economics and Finance department in South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: management of competitiveness of an enterprise. Contact phone: 007-9120837021.

Соловьева Ирина Александровна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск. Область научных интересов – управление инвестиционными процессами на предприятии. Контактный телефон: 89191212244.

Irina Aleksandrovna Solovjeva. Candidate of Economics, associate professor of the Economics and Finance department in South Ural State University, Chelyabinsk. Scientific interests: management of investment processes at an enterprise. Contact phone: 007-9120837021.

УПРАВЛЕНИЕ ЧАСТНЫМИ МАРКАМИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

О.И. Шабалина

Статья посвящена опыту внедрения частных марок в продуктовой рознице России в ситуации экономического кризиса. Автором рассмотрена специфика управления частными марками российскими розничными сетями, исследованы факторы, влияющие на выбор марочной стратегии в отношении собственных марок торговли, предложена классификация марочных стратегий.

Ключевые слова: частные марки, экономический кризис, розничная сеть, марочная стратегия.

В условиях кризиса выживание становится единственной целью для многих розничных сетей. Ситуация, когда банки требуют срочного погашения кредитов, торговля не может вовремя рассчитаться с поставщиками, а те прекращают отгрузку товаров, является типичной для многих предприятий торговли. Положение дел ухудшается удорожанием многих импортных товаров в связи с девальвацией рубля и падением покупательской способности потребителя. В результате – просроченная задолженность торговли, сокращение ассортимента, падение товарооборота. Продажи, которые могут обеспечить поступление денежных средств, становятся основной заботой многих компаний. В своем стремлении увеличить оборачиваемость торговли они стараются заменить импортные товары российскими (хотя по некоторым позициям это сделать практически невозможно в виду отсутствия отечественных заменителей), пересматривают ассортимент в пользу более дешевых позиций и предлагают товары под частными марками. На сегодняшний день практически все розничные сети федерального масштаба (Пятерочка, Перекресток, Седьмой континент, Копейка, Дикси, Патэрсон и др.), а также большинство сетей регионального и муниципального масштаба (Молния, Купец, Villa, Лента, Находка) уже имеют в своем ассортименте продукцию под частной торговой маркой. Безусловно, доля продаж продуктов под частными марками в России несопоставима с соответствующими показателями в ряде развитых стран Европы. Так, согласно результатам международного исследования, проводимого ACNielsen в 2003 году¹, доля частных марок в розничном товарообороте Швейцарии составляла 38 %, а в Великобритании – 70 %. Еще один интересный факт: «В 1994 году впервые в магазинах розничной сети Sainsbury's продажи колы, выпущенной под одноименным брендом, превысили продажи Coca-Cola»². По самым оптимистичным прогнозам доля частных марок в розничном товарообороте России к 2010 году приблизится к отметке в 20 %³.

Несмотря на вполне объяснимый интерес торговли к частным маркам, практика их внедрения на рынок не всегда носит систематический, обос-

нованный характер. Спонтанные, необдуманные решения далеко не всегда дают положительный эффект от внедрения собственной марки торговли (СМТ) в продажу. Данная проблематика обуславливает тему настоящей статьи и рассматривает ряд факторов, влияющих на выбор марочной стратегии в условиях кризиса, опираясь на имеющийся зарубежный и отечественный опыт. В частности, предпринимается попытка ответить на наиболее актуальные вопросы для торговли, а именно, что продавать, под каким именем, как позиционировать и продвигать новый продукт, при каком соотношении цены и качества, на каких условиях с производителем.

Если в целом говорить о предпочтении в пользу частной марки или марки производителя, то главным критерием выбора будет степень вовлечения потребителей в покупку. Потребители, как правило, приобретают частные марки товаров, в отношении которых степень вовлечения наименьшая. Следует помнить, что бренды существуют там, где потребитель ощущает значительный риск при покупке; и, наоборот, если потребители не видят риска, они склоняются к покупке товаров под частными марками, особенно если полагают, что данный дистрибьютор или розница имеют хорошую репутацию в области качества товаров и обслуживания⁴. Во всех сферах, где потребители ожидают значительной эффективности (косметические товары) бренды производителей одерживают уверенную победу. То же справедливо и когда продукт становится символом, как, например, Nike. Частная марка терпит неудачу, когда необходимо произвести впечатление.

Одно из наиболее важных решений, которое приходится принимать торговле, это – выбор имени для будущего продукта под частной маркой. Выделяют несколько марочных стратегий⁵: безымянная марка с описательным названием продукта, «магазинная марка», самостоятельная марка с собственным именем и упаковкой; марка-гибрид, когда, например, самостоятельный бренд поддерживается розничным. Современная практика показывает, что помимо перечисленных выше стратегий существует ряд других, занимающих проме-

жуточное положение между брендом производителя и торговли. В основе классификации марочных стратегий, предложенной ниже, лежит критерий принадлежности марки: производителю, торговле, самому продукту, либо нескольким субъектам сразу. Рассмотрим каждую стратегию в отдельности и покажем обстоятельства, при которых данная стратегия является наиболее эффективной для торговли.

Наипростейшая марочная стратегия – использование родового названия продукта – *сахар, печенье, хлебобулочные и макаронные изделия, майонез, молоко*. Фактически, в данном случае мы имеем дело с небрендованным товаром, хотя и называем его товаром с частной маркой. Как правило, данная стратегия выбирается дискаунтерами в отношении товаров с низкой степенью вовлечения и однородным качеством. Это товары в так называемых слабобрендованных категориях, где не наблюдается сильных брендов и не наблюдается значительных вложений в рекламу и другие коммуникации. В любой продуктовой рознице таких слабобрендованных категорий в ассортименте более чем достаточно – это и овощная продукция, и бакалея, и хлебобулочные изделия, и консервация, крабовые палочки, замороженная продукция и многое другое. Однородность качества данных продуктов делают их легкозаменяемыми. Они не обладают никакой эмоциональной ценностью и предназначены для приватного потребления чувствительного к цене покупателя. Для него не имеет значения, какой именно продукт выбрать, главное – чтобы он был самым дешевым. На сегодняшний день данной стратегии в отношении ряда продуктов в низком ценовом сегменте придерживается сеть «Патэрсон» (печенье, чай, сухари, макаронные изделия, крупы), «Молния» (хлебобулочные изделия). Данная стратегия является наименее затратной для торговли в силу отсутствия расходов на регистрацию марки, а также минимизации затрат на продвижение и упаковку.

Вторая, наиболее распространенная стратегия – использование в названии продукта под частной маркой названия розничной точки. Это, так называемая, розничная марка. Как правило, на упаковке такого продукта крупными буквами указывается название сети, а также дается описательное название самого продукта. Данная стратегия чаще всего используется в ситуации наличия сильного бренда розничной точки, который вызывает у потребителя определенные положительные ассоциации, предлагает ряд актуальных для него ценностей (здоровое питание, качественная продукция, забота о семье) и выстраивает с ним доверительные отношения. В данной ситуации потребитель будет переносить свои позитивные ассоциации на конкретные продукты под частной маркой розницы. В результате чего частная торговая марка будет усиливать бренд сети, а сильный бренд сети – способствовать продажам продукции под частной

маркой⁶. Цена в данном случае не является главной движущей силой. Ценовое позиционирование товаров повторяет ценовое позиционирование самого бренда сети. Это может быть и средний, и премиальный сегменты, значительно реже – низкий. На первый план выходит качество продукта, уровень обслуживания в магазине. Данной стратегии, которую еще называют стратегией расширения бренда⁷, успешно придерживается розничная сеть «Теорема». Широкий ассортимент товаров в сегменте премиум, качественное обслуживание клиентов, особая атмосфера и дизайн магазинов делает данную стратегию вполне уместной в данном случае. Многочисленны примеры из зарубежной практики, например, немецкие дисконтные сети Aldi и Lidl⁸. Товары этих сетей на 50 % дешевле аналогичных товаров, выпускаемых национальными брендами, однако это достигается не за счет худшего качества. Основные причины такого положения дел: долговременное партнерство с крупными производителями (растворимый кофе Aldi производится компанией Nestle, а некоторые товарные позиции спортивного ритейлера Decathlon компанией Nike); максимальный экономический эффект, обусловленный масштабом; снижение любых затрат, которые не добавляют стоимость в цепочке стоимости; соотношение цена/качество, которым нет равных.

Существуют также варианты поддержки розницей своих частных марок. В данном случае речь идет о стратегии поддержки бренда или стратегии суббренда. Такая стратегия оправдывает себя в ситуации, когда доля частных марок в ассортименте значительна; компания обладает широким ассортиментом, представленном товарными позициями в различных ценовых сегментах, и воспринимаемое качество розничной марки достаточно высокое. Наличие суббренда в данном случае позволяет гибко реагировать на различную мотивацию потребителя и, таким образом, эффективнее управлять своим товарооборотом. Далеко не все розничные сети могут похвастаться наличием системы суббрендов. Даже среди зарубежных компаний такое явление скорее редкость, чем повсеместная практика. Ярким примером успешного внедрения стратегии суббренда является опыт английской розничной сети Tesco, доля частных марок в обороте которой составляет 45 %. Каждый свой ценовой сегмент компания дифференцирует при помощи частной марки. В низком ценовом сегменте – это марка Tesco Value, в среднем сегменте – Tesco Brand Quality, и в верхнем сегменте – Tesco Finest⁹. При этом частные марки являются самыми дешевыми в своей ценовой категории. В каждой категории своя упаковка, своя выкладка – в общем, все регламентировано. Собственные марки во всех аспектах привязаны к известным брендам. Кофе Tesco в средней ценовой категории всегда будет стоять на одной полке с Nescafe, его упаковка всегда будет не хуже упа-

ковки Nescafe, а его цена всегда будет привязана к цене Nescafe и будет ниже на 5–7 %.

Наиболее затратной стратегией является стратегия индивидуальных названий для частных марок. Данная стратегия предполагает значительные инвестиции в разработку и продвижение бренда, поэтому такой стратегии придерживаются крупные розничные сети, которые могут себе позволить расходы на формирование имиджа бренда и получение прибыли в долгосрочной перспективе. В условиях кризиса такая стратегия в России не пользуется популярностью, хотя практика такая существует – частная марка «Наш продукт», принадлежащая сети «7 Континент», марка «365 дней» сети «Лента» и др. Существует ряд причин, обуславливающий выбор данной стратегии. Во-первых, это вывод продукта в брендированной товарной категории, где существует значительное количество сильных брендов и лояльность к этим брендам разделяет определенное количество потребителей. Предложение рынку марки розничной сети в той же товарной категории, в данном случае, будет пустой тратой денег. Потребитель ожидает сильного или, хотя бы, узнаваемого бренда, который, помимо ожидаемого качества, обещает еще и некоторую добавленную ценность, будь это зарегистрированное марочное имя, элементы визуальной идентификации (логотип, корпоративный герой, фирменный цвет) или более привлекательное (относительно лидера в категории) соотношение цены и качества. Трудно себе представить достойную и привлекательную замену сигаретам Winston, Kent или Marlboro какой-нибудь маркой, типа «Патэрсон» или «Молния». А вот частная марка President's Choice канадской сети Loblaw's легко справляется с данной задачей. Наличие сильного индивидуального бренда заставляет многих крупных производителей быть более сговорчивыми в переговорах с розницей и предлагать товары по более низкой отпускной цене.

Ситуация осложняется, когда розничная сеть выпускает продукт-подражатель, который предлагается в том же ценовом сегменте, что и продукт-конкурент и буквально копирует его dress code: упаковку, фирменные цвета, шрифты и название. Цель данного подхода – сбить с толку потребителя, заставить его попробовать продукт, оценить его, сравнить с конкурирующим и сделать соответствующий выбор. Такой подражательный подход очень близок к нарушению прав на торговую марку и зачастую заканчивается судебным разбирательством, которое начинают производители, подавая иск либо о нарушении авторских прав на бренд, либо о нечестном ведении конкурентной борьбы¹⁰. Однако в большинстве случаев крупным компаниям неохота связываться с торговлей, когда они замечают, что один из ее товаров размещается неподалеку от аналогичного товара производителя и точно копирует его. Как правило, конфликт пытаются уладить полюбовно, собрав досье и пред-

ставив его рознице. Заканчивается конфликт установлением партнерских отношений и предоставлением разного рода льгот производителю. Иногда производитель добровольно идет на копирование розницей своего бренда, особенно если рынки покрытия продуктом не совпадают. Наглядный пример – вывод на региональный рынок алкоголя вина под частной маркой «LiebFrauGabe» (Дар любимой женщины). Данное вино является точной копией известного бренда «LiebFrauMilch» (Молоко любимой женщины). Идентичными в данном случае являются упаковка, этикетки, название, шрифты и даже сам винный материал. Немецкая компания производитель в результате данной сделки с региональным дистрибьютором Сэком только выиграла. Она загрузила часть своих производственных мощностей, получила дополнительную прибыль и более выгодные условия о сотрудничестве с дистрибьютором.

Очень часто на выбор индивидуального марочного названия влияет имидж и специфика продукта. Соотношение между материальной и нематериальной составляющей имиджа варьирует от продукта к продукту. Одно дело, когда вы продаете носки, другое дело – женское белье. В силу однозначных ассоциаций (пот, ноги, запах) носки не создают психологической вовлеченности в покупку, поэтому не требуют создания индивидуальной марки. Другое дело – женское белье. Это чисто эмоциональный продукт приватного, интимного пользования, с высокой степенью вовлеченности в покупку, поэтому наличие индивидуального марочного названия только увеличит добавленную ценность продукту и сделает его более привлекательным для потребителя. Примером успешного воплощения данной стратегии является частная марка «Вендетта» розничной сети «Бюстье» (группа «Дикая орхидея»), работающей в среднем ценовом сегменте. Индивидуальное марочное название, активные коммуникации и оптимальное соотношение цены и качества позволяют данной марке противостоять таким титулованным конкурентам, как Diesel, Cacharel, Guess, Esprit, D&G. Доминирование нематериальной составляющей также характерно для имиджа таких продуктов, как косметика, шоколад, спиртные напитки, ювелирные изделия, спортивные товары. В этой связи выбор стратегии индивидуального марочного названия здесь более чем уместен.

Современная российская практика в области частных марок позволяет назвать еще одну причину использования стратегии индивидуального названия. Этой причиной является отсутствие явных конкурентов в низком ценовом сегменте в таких товарных категориях, как бытовая техника, электроника, мебель, посуда. На сегодняшний день практически все сети бытовой техники и электроники имеют собственную марку (у Эльдорадо это марка Elenberg), в отношении которой они осуществляют протекционистскую политику. Это обес-

печивает им достаточно высокую долю прибыли в низком ценовом сегменте по сравнению с марками производителей в среднем и премиальном сегментах, где эта прибыль минимальная. Потребитель активно покупает товары под частными марками, так как они предлагают оптимальное соотношение цены и качества.

Промежуточным вариантом между стратегией розничной марки и стратегией индивидуальной частной марки является стратегия совместной марки. В данном случае на упаковке мы видим бренд производителя и розничный бренд (например, «Копейка» – «Золотой петушок»). Такая стратегия выгодна не только для производителя и розницы, но и для потребителя, который не всегда высоко оценивает качество частной марки. Это происходит в силу отсутствия информации о производителе, либо об избирательном искажении данной информации. Так, согласно результатам маркетингового исследования, проведенного компанией «Прорыв» «32 % потребителей думают, что private label делается на частном производстве где-то при магазине, 26,5 % уверены, что это продукция какого-то маленького подсобного хозяйства, 11,6 % респондентов считают, что частные марки производятся в самом магазине, и только 13,5 % знают, что эту продукцию делают производители других известных брендов»¹¹. Поэтому наличие на упаковке информации о торговой марке производителя может значительно повлиять на

продажи товара, особенно если у этого производителя хорошая репутация на рынке. Другим примером использования данной стратегии является совместное продвижение водки «Ариант Стандарт Хрустальная», которая была эксклюзивно изготовлена по заказу ООО «Молния». Этикетка данной водки содержит имя производителя (что в данной ситуации особенно важно), а информация о заказчике размещена на контрэтикетке. Ситуация, подобная этой, оправдана при наличии более сильного, хорошо известного бренда производителя, к которому потребитель проявляет большую степень доверия, чем к розничному бренду.

Влияние различных факторов на выбор марочной стратегии представлен в таблице ниже. Две звездочки обозначают сильное влияние фактора на выбор стратегии, одна звездочка обозначает среднюю степень влияния и отсутствие звездочки говорит о том, что данный фактор не определяет выбор рассматриваемой стратегии.

В таблице указан ряд факторов, которые не получили своей детальной проработки в описании марочных стратегий. В частности, выбор марочной стратегии во многом объясняется конкуренцией на национальном рынке. Так, например, французский рынок косметики высококонкурентен и здесь частных брендов фактически нет. Позицию монополиста занимает L'Oreal с ее научным подходом. В Германии лидирующий национальный бренд – Nivea, который больше полагается на со-

Влияние внешних факторов на выбор марочной стратегии

Фактор и стратегия	Родовое название продукта	Розничная марка сети	Стратегия суббренда	Индивидуальные частные марки	Совместная частная марка (кобрендинг)
Степень вовлечения в покупку	**		**	**	
Однородность воспринимаемого качества	**				
Наличие сильных национальных или международных брендов				**	
Низкий ценовой сегмент	*	**		*	
Наличие сильного бренда розничной точки		**	**		*
Высокое качество обслуживания в магазине		**	**	*	
Широкий и глубокий ассортимент			**		
Устойчивое, лидирующее положение розничной точки на рынке			*	**	
Специфика продукта	**			**	**
Отсутствие конкурентов в низком сегменте				*	
Высокая репутация производителя					**
Наличие инноваций в отрасли				**	**

чувствие, доброту и тесные взаимоотношения, чем на рациональный подход. Здесь частных косметических брендов много.

Кроме того, рознице приходится учитывать состояние и возможности развития той или иной отрасли в ситуации экономического кризиса. Так, результаты независимого исследования, проводимого журналом «Секрет фирмы»¹², среди наиболее перспективных категорий называют мебель, посуду, овощи и фрукты, птицу, детское питание, молочные продукты, кондитерские изделия, сантехнику, масло, жиры, консервы, алкоголь, снеки, стройматериалы, мясопродукты, табак, сахар, холодное оружие. Во всем остальном России приходится полагаться на импорт, который подорожал в связи с девальвацией рубля. Вывод напрашивается сам собой: частные марки будут активно развиваться в продуктовом ритейле, а наиболее востребованными марочными стратегиями будут родовое название продукта и розничная марка сети.

Предпочтение тех или иных марочных стратегий помимо всего прочего зависит от имеющегося опыта разработки продукта под частной маркой. Российские ритейлеры впервые заявили об опыте внедрения частных марок в 2001 году, когда товары под частными торговыми марками появились на прилавках сразу нескольких крупных московских сетей. В Европе уже в 70-е годы прошлого столетия собственная торговая марка стала реальным инструментом повышения рентабельности бизнеса. В этой связи надеяться, что в скором времени появится сильный индивидуальный бренд розничной торговли не приходится.

Разработанная классификация марочных стратегий в отношении частных марок может быть использована представителями торговли в процессе выбора наиболее оптимального варианта, а учет описанных выше факторов позволит эффективно осуществить данный выбор и заранее избежать отрицательных результатов данного опыта.

¹ Европа и США остаются крупнейшими рынками Частных Торговых Марок. URL: <http://business.peter-life.ru/doc/business022006/book-business-047.html>

² Капферер Жан-Ноэль. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда [Текст] / Жан-Ноэль Капферер ; пер. с англ. Е.В. Виноградовой; под общ. ред. В.Н. Домина. М.: Вершина, 2007. С. 127.

³ Родс Д., Стелтер Д. О положительных сторонах кризиса // Harvard Business Review. – 2009. – № 4.

⁴ Капферер Жан-Ноэль. Указ. соч.

⁵ Там же. С. 123.

⁶ Наумов В.Н., Шарапова О.А. Формирование восприятия собственной торговой марки розничного предприятия // Бренд-менеджмент. – 2009. – № 1.

⁷ Чернышева А.М. Основные стратегии продвижения товаров под частными марками // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 1.

⁸ <http://www.aldi.de/deutschland.html>

⁹ <http://www.tesco.com>

¹⁰ Капферер, Жан-Ноэль. Указ. соч. С. 124.

¹¹ Свой бренд vs private label: Как достичь баланса между собственными брендами и частными марками в продуктовом портфеле: опыт компании «Продукты питания» // Маркетолог. 2008. № 11.

¹² Комарова Т. Заграница не поможет // Секрет фирмы. 2009. № 4.

Поступила в редакцию 27 апреля 2009 г.

Шабалина Ольга Ивановна. Кандидат философских наук, доцент кафедры маркетинговых коммуникаций факультета коммерции Южно-Уральского государственного университета. Область научных интересов – маркетинговые коммуникации, международный маркетинг.

Olga Ivanovna Shabalina. Candidate of Philosophy, associate professor of the Marketing Communications department, faculty of Commerce, South Ural State University. Scientific interests: marketing communications, international marketing.

E-mail: shoi2004@inbox.ru

Abstracts and keywords

Yakovenko A.M. Hierarchical algorithms of the cluster analysis in grounding the structure of modern efficient business model.

The present article considers the problem of business processes development management from the positions of trends and approaches to forming a modern model of efficient business, possibilities of hierarchical algorithms of cluster analysis as methods of decomposition and synthesis of trade-production systems; development management of business as a multivariate structure, diagnosed sources of business productivity and efficiency improvement in a sound structured business model.

Keywords: model of efficient business, management of business processes development, approaches, cluster algorithms of multivariate structure decomposition.

Danilova I.V., Bazhenova E.V. Fiscal aspects of territorial development: reasons and factors of heterogeneity.

The article is dedicated to actual theoretical and applied problems of fiscal-budgetary regulation of regional development. The authors offers to apply methodological approaches to regional fiscal identification. The approaches allow to classify the existing fiscal conditions, monitor and correct federal and regional policy to ensure the real economic federalism

Keywords: fiscal environment, fiscal regulation, regional policy, state and regional institutes, fiscal flows, recurrency rate.

Okolnishnikova I.Y., Katochkov V.M. Formation and development of new forms of organization and management of economic entities in health industry (by the example of private-public partnership)

The article is devoted to the problems and prospects of formation and development of new forms of organization and management of economic entities (by the example of private-public partnership). The authors ground the necessity to introduce the private-public partnership as a modern organizational mechanism of economic entities business which enables to efficiently solve the system problems of regional economics. Different forms of private-public partnership are considered, mechanism of their regulation at regional level is offered.

Keywords: organization and management of economic entities, organization of economic entities business, private-public partnership.

Aristarkhova M.K., Zueva O.K., Medvedev I.K. Improvement of the pension system mechanism.

The problem of the pension provision is one of the most prior for the state. The authors systematize the views of the Russian scholars and the Government directed at improvement of the pension system. On the basis of it they develop the mechanism of financial interaction between employer, employee and non-state pension fund.

Keywords: pension system, pension, pension provision.

Aristarkhova M.K., Stover G.R. Problem of improving the Federal Target programs' financing.

The article is devoted to the problem of improving the Federal Target programs' (FTP) financing. The analysis of a great number of FTP was carried out and on its base the algorithm of calculation and estimation of completeness of financing and forecasting of deviations arising while financing the programs was developed. The model of perspective estimation of deviations characterizing the underfunding of FTP was generated.

Abstracts and keywords

Keywords: Federal Target Programs (FTP), financing, innovative activities, additive function, algorithm, deviation, forecasting and planning, model of deviations estimation.

Volozhanin V.V., Borodin S.I. Analysis of the sources of financing of the building enterprises-builders.

In article the problem of financing of activity of the building enterprises is investigated. The authors analyze the usage of various forms of financing of activity by building enterprises-builders. The algorithm of choice of a source of financing of activity is offered.

Keywords: financing activity, building enterprises-builders, forms of financing, algorithm of choice of a source of financing.

Topuzov N.K. Methods to intensify the resource saving processes in crisis management programs at metallurgical enterprises.

The article examines the special features of crisis management programs development which is based on resource saving processes intensification and changes in organizational and resource saving cultures.

Keywords: resource saving, quality management system, loss assessing cards, organizational resource saving culture, crisis programs.

Neretina E.A., Makarets A.B. Web-site of a higher educational establishment as an important instrument of marketing communication.

In the article the authors release the peculiarities and principles of communication process organization with the help of Internet-marketing means. The aims, tasks and functions of informative resources of an institute are determined as well as modern tendencies and approaches to organization of WEB representations of institutions.

Keywords: marketing communicating, internet marketing, Web-sites of higher educational establishments, characteristics, WEB-technologies, modern tools of marketing, quality assessment.

Podpovetnaya Y.V. Specificity of scientific-educational process management at university while teaching the students of economic specialties.

The urgency of system-synergetic approach to scientific-educational process management at university is proved. The special attention is given to attributes of scientific-educational process and specificity of management of humanely focused scientific-educational process of university.

Keywords: scientific-educational process, system-synergetic approach, principle of humanism, subjects of management.

Yakovleva N.V. Theoretical and methodological approaches to the analysis of mesoeconomic systems of innovative economics.

The article raises the problem of developing a system approach to the formation of innovative activities effective mechanisms. The author substantiates the possibility of application of system-integration concept and institution-evolutional theory outline to the analysis of mesoeconomic systems. Using distance-time characteristics, micro- and mesoeconomic systems of innovative economics have been structured.

Keywords: mezo-economic systems, system-integration concept, institution-evolutional theory, national innovative system, regional innovative system.

Baev I.A., Klimov B.O. Modelling of opportunistic behavior of managers at an industrial enterprise.

The article is devoted to the problem of opportunistic behavior. The model of the opportunistic behavior of managers at an industrial enterprise has been worked out. It enables to see this problem from the economic point of view.

Keywords: opportunism, industrial enterprises, opportunistic behavior.

Persky Y.K., Dmitriev D.V. Formation of the information-economic mechanism of information asymmetry level management at the regional branch market.

On the basis of the research the article forms the mechanism of information asymmetry level management. Subject to ascertained market operation features under the terms of asymmetrical information distribution the models of market concentration changes forecast under the influence of the informational asymmetry are developed.

Keywords: asymmetric information, competition, mechanism, trade market.

Myakshin V.N., Pesyakova T.N. Balanced management of regional forest complex efficiency.

The article is devoted to the problem of application of the balanced scorecard (BSC) to efficiency evaluation of the regional forest complex. The authors propose an evaluation procedure for efficiency management system allowing to determine the degree of its conformity with BSC concept. A model for establishment of balanced management system for forest complex efficiency is developed.

Keywords: balanced scorecard, regional forest complex, business performance management, measure of performance, aggregate index.

Vaysman E.D., Solovjeva I.A. Use of tools of marketing analysis for increase of validity of accepted administrative decisions.

The article offers a new method of positioning map building which allows to determine the positions of key players on the studied market in two-dimensional coordinate system. The main differentiating advantage of the method is the fact that it helps to obtain more precise quantified estimation of players' market positions and it significantly extends the opportunities of marketing analysis. It's demonstrated that as a result of such analysis a wide range of analytical tasks can be solved. Thus it allows a company to choose its marketing strategy more grounded and increase its competitiveness.

Keywords: firm, competitiveness, economy, marketing analysis, positioning card, price, quality, management, strategic group.

Shabalina O.I. Private labels management during crisis.

The article is devoted to the experience of private labels introduction by the example of Russian food retail in the situation of economic crisis. The author considers the peculiarities of private labels management by Russian retail networks; investigates the factors influencing the choice of a brand strategy for one's own brands, and offers a classification of these brand strategies.

Keywords: private labels, economic crisis, retail network, brand strategy

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

1. В редакцию предоставляется электронная и бумажная (документ MS Word) версия статьи, экспертное заключение о возможности опубликования работы в открытой печати, сведения об авторах (Ф.И.О., место работы и должность для всех авторов работы), контактная информация ответственного за подготовку рукописи (рабочий и мобильный телефон, адрес для рассылки авторских экземпляров).

2. Структура статьи: УДК, ББК, название (не более 12–15 слов), список авторов, аннотация (не более 300 знаков), список ключевых слов, текст работы, литература (в порядке цитирования, ГОСТ 7.1–2003).

3. После текста работы следует название, аннотация, список ключевых слов и сведения об авторах на русском и английском языках.

4. Параметры набора. Размеры полей: левое – 2,5 см, правое – 2,5 см, верхнее и нижнее – по 2,3 см. Текст статьи набирать в одну колонку шрифтом Times New Roman размером 14 пт. Выравнивание абзацев – по ширине. Отступ первой строки абзаца – 0,7 см. Междустрочный интервал — одинарный. Включить режим автоматического переноса слов. Все кавычки должны быть угловыми («»). Все символы «тире» должны быть среднего размера («–», а не «-»).

5. Формулы должны быть набраны в редакторе формул Microsoft Equation с отступом 0,7 см от левого края. Размер обычных символов – 14 пт, размер крупных индексов – 10 пт (71 % от размера обычных символов), размер мелких индексов – 8 пт (58 % от размера обычных символов).

6. Рисунки все черно-белые. Если рисунок создан не средствами MS Office, то желательно предоставить рисунки и в виде отдельных файлов.

7. Адрес редакции Вестника ЮУрГУ, серия «Экономика и менеджмент»

Россия 454080, г. Челябинск, пр. им. В.И. Ленина, 85, Южно-Уральский государственный университет, факультет Коммерции, кафедра ТиЭПТ, ответственному секретарю Науменко Наталье Владимировне.

8. Адрес электронной почты: Naumenko_natalya@mail.ru

9. Полную версию правил подготовки рукописей и пример оформления можно загрузить с сайта ЮУрГУ (<http://www.susu.ac.ru>), следуя ссылкам: «Научные исследования», «Издательская деятельность», «Вестник ЮУрГУ», «Серии».

10. Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

ВЕСТНИК ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

№ 29 (162) 2009

Серия
«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»
Выпуск 11

Издательский центр Южно-Уральского государственного университета

Подписано в печать 28.08.2009. Формат 60×84 1/8. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 11,64. Уч.-изд. л. 11,98. Тираж 500 экз. Заказ 349/397.

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