

**Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова**

**Экономический факультет
Совет молодых ученых**



**МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ И МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ**

«ЛОМОНОСОВ-2005»

**СЕКЦИЯ
«ЭКОНОМИКА»**

12 — 15 апреля 2005 г.

**Сборник тезисов
ТОМ I**

**Москва
2005**

ББК 65
Л75

Организационный комитет секции «Экономика»

*Руководитель секции «Экономика» — к.э.н., к.ф.-м.н., к.ю.н. В.Н. Сидоренко,
Председатель Совета молодых ученых экономического факультета МГУ
Ответственные секретари секции «Экономика» — Иван Алешковский
(зам. председателя СМУ экономического факультета МГУ), Гузель Камалова
Технические секретари секции «Экономика» — Алия Камалова, Анна Нуреева*

Редакционная коллегия

к.э.н., к.ф.-м.н., к.ю.н. Сидоренко В.Н. (главный редактор),
к.э.н. Антипина О.Н., д.э.н. Белолипецкий В.Г., к.э.н. Карасев О.И.,
к.э.н. Калягин К.В., к.э.н. Коровин А.В., к.э.н. Ляпина А.А, к.э.н. Лукаш Е.Н.,
к.э.н. Магомедова А.Г., к.э.н. Разумова Т.О., к.э.н. Яндиев М.И.

Рецензенты

Папенков К.В., доктор экономических наук, профессор
Бобров А.Л., доктор экономических наук, профессор

Л75 **Ломоносов–2005:** Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых, МГУ им. М.В. Ломоносова, 12–15 апреля 2005 г. Сборник тезисов. Том I. / Гл. ред. В.Н. Сидоренко. — М.: Издательство МГУ, 2005. — 528 с.

ISBN 5-211-03964-5 (вып. 20-1)

Lomonosov–2005: International conference of the students, post-graduate students and young scientists, Moscow State University, April 12–15, 2005. Section «Economics». Proceedings. Volume I / Under the general editorship of Vladimir Sidorenko. — Moscow: MSU, 2005. — 528 p.

Напечатано с готового оригинал-макета

Оригинал-макет сборника подготовил:

Иван Алешковский

ISBN 5-211-03964-5 (вып. 20-1)

© Молодежный Совет МГУ, 2005

© СМУ экономического факультета МГУ, 2005

© Коллектив авторов, 2005

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие (Foreword) _____	21
Foreword _____	22
ПОДСЕКЦИЯ «ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ И ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ» (PROBLEMS OF NATIONAL AND GLOBAL ECONOMY)	
Problems of Economic and Democratic Transitions	
<i>Nasimova Farida</i>	23
Экономический анализ возможностей применения элементов прецедентного права в рамках системы кодифицированного права (на примере России)	
<i>Алешковский Иван Андреевич</i>	24
Регионализация конкурентоспособности национальной экономики: опыт Западной Европы	
<i>Алещенко Виталий Викторович</i>	26
Приток нефтяных долларов в Азербайджан и эффективность монетарной политики	
<i>Алирзаева Тарана Али кызы</i>	28
Оценка влияния теневой экономики на экономическое развитие	
<i>Артемяева Наталья Анатольевна</i>	30
Денационализация денег	
<i>Афанасьева Мария Алексеевна</i>	32
Финансовые потоки и эволюция товарных рынков	
<i>Ащаулов Михаил Сергеевич</i>	33
Глобализационная составляющая интеграции национальной экономики в мировое хозяйство	
<i>Безуглая Любовь Анатольевна</i>	34
Перспективы развития стратегических альянсов в России на фоне последних тенденций в области слияний и поглощений	
<i>Билеткина Ольга Сергеевна</i>	36
Проблемы становления отечественного рынка информационных услуг	
<i>Бжексиев Анзор Русланович</i>	38
Паритет производительности и переключение режима валютного курса	
<i>Боярин Станислав Витальевич</i>	39
Оценка факторов нововведений, вызванных спросом	
<i>Бутаков Артем Александрович</i>	41
Причины возникновения и роста теневой экономики	
<i>Вахляк Дмитрий Эдуардович</i>	43
Проблемы нового этапа интеграции Латвии в еврозону	
<i>Ванагс Иварс Вилмарович</i>	44
Проблема развития игорного бизнеса в России	
<i>Винокурова Ольга Евгеньевна</i>	46
Итальянский опыт развития малого бизнеса в России	
<i>Воронин Евгений Игоревич</i>	47
Торговая политика: инструменты и проблемы	
<i>Гайсина Лиля Салаватовна</i>	48
Прямые иностранные инвестиции в Россию: преимущества и недостатки	
<i>Глухова Дарина Владимировна</i>	49
Особенности инвестиционного поля России	
<i>Голенкова Светлана Евгеньевна</i>	50

Стратегические ориентиры сотрудничества России и Европейского инвестиционного банка <i>Голобродская Наталья Валерьевна, Спирина С.Г.</i>	51
Теоретические аспекты внедрения электронного правительства <i>Голохова Ирина Анатольевна</i>	53
Проблемы интегрирования развивающихся стран в мировую экономику <i>Гречушников Юлиа Сергеевна</i>	55
Проблемы, создаваемые глобализацией в экономической деятельности <i>Гупалова Елена Николаевна</i>	56
Экономическое развитие в международной экономической интеграции <i>Далимов Равшанбек Турабекович</i>	57
Новая расстановка сил в мире и позиция России в мировом хозяйстве <i>Егорова Екатерина Николаевна</i>	59
Анализ динамики курса доллара и экономическая ситуация в США <i>Жуманов Фахридин Хусанович</i>	60
Туристская реклама как основной способ формирования имиджа дестинации <i>Иванова Елена Владимировна</i>	62
Особенности системного анализа институционального развития в период трансформации <i>Казанников Алексей Афанасьевич</i>	63
Сотовая связь как информационно закрытый рынок телекоммуникаций <i>Калашиников Александр Александрович</i>	64
Развитие интернационализации национальной экономики: опыт Республики Беларусь <i>Калинин Дмитрий Станиславович</i>	66
Foreign Direct Investment and Economic Development of Kazakhstan <i>Каппаров Касымхан Ноянович</i>	67
Состояние инвестиционной деятельности иностранных компаний в современной российской экономике <i>Ким Ю Жеонг</i>	69
Национальная экономика России в современном мире <i>Коблева Сусанна Султановна</i>	70
Естественная монополия: неоклассическая и неоинституциональная методология исследования <i>Коваль Ольга Васильевна</i>	71
Модернизационный этап экономического транзита <i>Коврыжко Вера Витальевна</i>	73
Интеграция стран с переходной экономикой в мировое хозяйство <i>Комаровская Татьяна Викторовна</i>	75
Конкурентоспособность предприятия в условиях инновационного экономического роста <i>Коновалова Ольга Николаевна</i>	76
Культурная однородность как основа стабильного экономического развития интеграционных союзов <i>Копяков Александр Юрьевич</i>	77
Денежно-кредитная политика в России: противоречия и перспективы <i>Корунова Ольга Евгеньевна</i>	79
Развитие экономического базиса постиндустриального общества <i>Кривошапко Светлана Александровна</i>	80

Исследование применения импортных пошлин и квот в целях привлечения прямых иностранных инвестиций <i>Кругленя Александр Валерьевич</i>	81
Возможности финансово-промышленной интеграции стран СНГ на базе высоких технологий <i>Круговец Анна Михайловна</i>	82
К вопросу привлечения российских инвестиций в экономику Узбекистана <i>Курпаяниди Константин Иванович, Тишабаев Шукур Шухратович</i>	84
Информационная обеспеченность: микроэкономическая модель <i>Курьшева Анна Александровна</i>	86
Перспективы экономического сотрудничества России и Украины <i>Лебедева Екатерина Евгеньевна</i>	87
О двойственной природе финансового сектора (методологические замечания) <i>Левина Ирэн Георгиевна</i>	88
Новые возможности расширения инвестиционного потенциала экономики XXI в. <i>Ледяева Екатерина Викторовна</i>	90
Интеграционные процессы в промышленности России и антимонопольная политика <i>Любященко Дмитрий Васильевич</i>	91
Повышение роли творческого и новаторского факторов в мотивации экономической деятельности <i>Магакова Екатерина Геннадьевна</i>	93
Влияние глобализации на маркетинговую деятельность современной корпорации <i>Манихин Алексей Анатольевич</i>	94
Экзогенные приоритеты в исследовании деятельности олигополий <i>Маслов Александр Игоревич</i>	95
Роль совместного предпринимательства в развитии экономики России <i>Молчаненко Станислав Александрович</i>	97
Основные проблемы международной специализации экономики России <i>Мухачева Мария Александровна</i>	97
Международная экономическая интеграция и факторы, способствующие укреплению позиций России в ней <i>Мышаев Дмитрий Викторович</i>	99
Особенности поведения агентов на электронных рынках <i>Никитина Ирина Владимировна</i>	100
Феномен брэнда в рамках концепции постиндустриальной экономики <i>Никонов Михаил Ильич</i>	101
Совершенствование правовой основы борьбы с финансированием терроризма <i>Ниязматова Мадина Агзамджановна</i>	103
Инновации в человеческий капитал как необходимое условие качественного экономического роста <i>Очковская Марина Станиславовна</i>	104
Макроэкономическое значение венчурного финансирования <i>Петрушанский Валерий</i>	105
Государство и бизнес: путь к партнерству <i>Попов Сергей Валерьевич</i>	107
Иностранные инвестиции в России: проблемы зарубежного капитала в угольной промышленности Кузбасса <i>Поскотина Дарья Александровна</i>	108

Интернет и СМИ	
<i>Прокопина Светлана Сергеевна</i>	110
Банковский кризис 2004 года и проблемы реформирования банковской системы России	
<i>Пятилетова Евгения Николаевна</i>	111
Перспективы становления российских ТНК: проблемы и пути их решения	
<i>Романова Анастасия Евгеньевна</i>	113
Пути повышения конкурентоспособности предприятий с учетом вступления России в ВТО	
<i>Рондарь Екатерина Владимировна</i>	114
Венчурное финансирование инновационной деятельности	
<i>Самекина Сауле Серикпаевна</i>	115
Направления совершенствования механизма управления технологическим развитием	
<i>Сатиева Асель Нурабаевна</i>	116
К вопросу о понимании природы и функциональной роли трансакционных издержек	
<i>Сафонова Ольга Викторовна</i>	117
К количественной теории долгосрочного технико-экономического развития	
<i>Синицкий Антон Владимирович</i>	119
Выявление критических точек экономического роста для обеспечения стабильного инновационного процесса	
<i>Софронов Дмитрий Андреевич</i>	120
Инновационная корпорация как фактор активизации новаторской деятельности в Республике Беларусь	
<i>Степаненко Дмитрий Михайлович</i>	122
Брэнды государств, мотивация потребителя и экономический рост	
<i>Судаков Леонид Павлович</i>	123
Роль инвестиций в экономическом развитии КНР	
<i>Ся Дин</i>	125
Слияния и поглощения в условиях монополизации производства	
<i>Таран Екатерина Александровна</i>	126
Влияние способа вхождения иностранных предприятий на эффективность прямых иностранных инвестиций в России	
<i>Тихонова Валентина Георгиевна</i>	127
Стратегическое планирование международной деятельности вуза	
<i>Трапезников Иван Дмитриевич</i>	129
Институциональный анализ роста фирмы	
<i>Тухбатов Расиль Равилович</i>	130
Некоторые теории вывоза капитала и их современные аспекты	
<i>Тушканов Игорь Михайлович</i>	132
Роль налогообложения в росте объема прямых иностранных инвестиций	
<i>Умерова Диляра Рустамовна</i>	134
Особенности регионального рекламного рынка	
<i>Халиков Эльдар Рустамович</i>	135
Абхазия в условиях процесса глобализации	
<i>Хашба Арсоу Гурамович</i>	136
Теории потребительского поведения и теория индивидуального спроса	
<i>Ходова Алла Васильевна</i>	137

Инвестиции и экономический рост <i>Храмков Сергей Евгеньевич</i>	138
Метод разработки сценариев при прогнозировании товарных рынков <i>Цыденов Олег Дашиинимаевич</i>	139
Институционализм и денежный порядок <i>Чаплыгин Владимир Германович</i>	141
Адаптация моделей экономического роста к странам с переходной экономикой <i>Черкасова Татьяна Павловна</i>	142
Оценка нормативной базы через призму теории групп специальных интересов <i>Чернобровкина Ирина Сергеевна</i>	144
Мониторинг законодательных актов, касающихся ценообразования в металлургическом комплексе Украины <i>Чуркина Елизавета Сергеевна</i>	145
Интеллектуальная собственность в электронной коммерции <i>Щеголькова Лариса Сергеевна</i>	147
Основные проблемы и тенденции развития информационных технологий в экономике <i>Щукин Александр Владимирович</i>	149
Особенности интеграционной политики Украины в современных условиях <i>Язова Наталия Викторовна</i>	151
Национальная стратегия экономического развития России: проблемы и перспективы <i>Япрынцева Елена Викторовна</i>	152
ПОДСЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ» (ECONOMIC THEORY AND ECONOMIC-MATHEMATICS METHODS)	
Применение вычислимых моделей общего равновесия к моделированию местной экономики <i>Ахметов Артур Равильевич</i>	154
Аспекты моделирования транзитных потоков Российской Федерации в Эстонии <i>Бабиченко Екатерина Сергеевна</i>	154
Модель мультипликатора скорости денежного обращения <i>Бакшилов Бауыржан Бахытжанович</i>	156
Устойчивое развитие и его эколого-экономическое моделирование <i>Вагапова Яха Якубовна</i>	157
Анализ конкурентных сред медиаэфира по рейтинговым показателям <i>Васинский В.Л.</i>	159
Моделирование временных рядов на примере значений индекса РТС <i>Герасимова Оксана Владиславовна</i>	160
Метод определения отраслевой структуры инноваций в экономике <i>Гершман Борис Анатольевич</i>	162
Оплата контента в инфокоммуникационных сетях: демпинг или новая бизнес-модель? <i>Голубев Антон Алексеевич</i>	164
Оценка влияния валютного курса на инфляционные процессы в открытой рыночной экономике <i>Гусев Вячеслав Юрьевич</i>	165
Микроэкономический подход к определению средней ставки налогообложения <i>Еремеева Ольга Вячеславовна</i>	167
Экономико-математические методы и модели создания транспортно-логистических систем <i>Ефремов Алексей Владимирович</i>	169

Моделирование процесса конвергенции между российскими регионами <i>Иодчин Александр Александрович</i>	170
Оценка экспортно-импортных операций на основе моделей нестационарных временных рядов <i>Крюкова Елена Валерьевна</i>	172
Метод реальных опционов в оценке инвестиционных проектов <i>Любимов Дмитрий Викторович</i>	173
Исследование эффективности функционирования сложных систем методом анализа огигающих (на примере аграрного сектора Ростовской области) <i>Месропян Каринэ Эдуардовна</i>	174
Применение методов многокритериальной оптимизации при формировании портфеля инвестиционных проектов <i>Михалева Мария Юрьевна</i>	176
Исследование инфляционных процессов и денежного предложения в Казахстане <i>Мухаметов Иршат Нурмухаметович</i>	177
Компьютерные технологии стохастического анализа экстремальных событий <i>Назаренко Кирилл Михайлович</i>	178
Принятие решений на Фондовой Бирже РТС <i>Овчинникова Екатерина Леоновна</i>	178
Анализ структур статистических зависимостей на финансовых рынках в кризисные периоды <i>Парамонов Андрей Викторович</i>	180
Анализ рынка продуктов питания российских регионов с использованием SSUR модели пространственной эконометрики <i>Пономарева Юлия Николаевна, Сидоренко Владимир Николаевич</i>	180
Комплексные адаптивные системы в экономике <i>Савин Владислав Владимирович</i>	182
Применение геостатистики и пространственной эконометрики в экономике <i>Сидоренко Владимир Николаевич</i>	184
Эконометрический анализ детерминант доходов преподавателей ряда экономических вузов Москвы <i>Сидоренко Владимир Николаевич, Лукаш Евгений Николаевич</i>	185
Применение блочно-постоянных матриц для нахождения оптимальных смешанных стратегий в антагонистической игре и экономическое приложения <i>Скирда Роман Николаевич</i>	187
Влияние пространственных экстерналий на экономический рост <i>Смирнов Владислав Юрьевич, Сидоренко Владимир Николаевич</i>	188
Моделирование эффектов интеграции в экономические объединения <i>Ткачук Александр Владимирович, Попко Денис Валериевич</i>	190
Оптимизация числа выездных налоговых проверок <i>Тулемисов Хасан Муратбекович</i>	191
Анализ существования долговой кривой Лаффера в России и странах ЦВЕ <i>Туманов Андрей Анатольевич</i>	193
Математические модели Марковица, Келли и Шарпа в задачах управления инвестиционным портфелем <i>Фёдоров Алексей Александрович</i>	195
Анализ стабильности структуры банковской системы России с использованием методов кластерного анализа <i>Черных Артем Андреевич</i>	197

Эволюционное моделирование динамики стратегий предприятий <i>Чижанов Сергей Олегович</i>	199
Динамика инвестиций социального назначения в методике «преследования на плоскости» <i>Чулаков Денис Александрович</i>	200
Анализ задачи страхования космических рисков с применением комбинированного критерия Гермейра-Гурвица <i>Штохова Ирина Николаевна</i>	203
Моделирование экономики как иерархической системы на основе теории рациональных ожиданий <i>Шульц Дмитрий Николаевич</i>	204
Оценка опционов в условиях интервальной неопределенности <i>Яценко Борис Николаевич</i>	206
ПОДСЕКЦИЯ «ФИНАНСЫ, БУХУЧЕТ И АУДИТ» (FINANCE, ACCOUNTING AND AUDIT)	
Особенности и преимущества метода развитого «директ–костинга» <i>Агранович Елена Игоревна</i>	208
Вопросы состояния основных производственных фондов промышленности Республики Дагестан <i>Акутаев Саид Гаджиевич</i>	209
Учет инвестиций в ценные бумаги по справедливой стоимости: за и против <i>Алексеева Юлия Владимировна</i>	211
Классификация выводов эксперта-бухгалтера <i>Алибеков Шахизин Ильмутдинович</i>	213
Регулирование ликвидности банковской системы с помощью операций РЕПО <i>Алистратов Андрей Александрович</i>	215
Вектор развития страхового пространства стран СНГ в условиях интеграционного тренда глобализации <i>Андреева Ольга Владимировна</i>	216
О первом российском опыте секьюритизации активов <i>Анисимов Андрей Николаевич</i>	217
Принципы инвестиционной политики российских фондов прямых инвестиций <i>Ахтямов Булат Рифович</i>	219
Анализ кредитоспособности заемщика с использованием моделей прогнозирования вероятности банкротства <i>Бабашова Сакина Иса кызы</i>	221
Контроллинг как система повышения эффективности управления коммерческим предприятием <i>Балановский Антон Викторович</i>	223
Особенности управления прибылью предприятия <i>Басенко Ярослав Сергеевич</i>	224
Проблема ответственности аудиторов перед третьими лицами <i>Беляева Ольга Маратовна</i>	225
Экономическая безопасность банка <i>Бурькина Анна Валерьевна</i>	227

Разработка метода идеального налогового моделирования <i>Валинуров Тимур Раисович</i>	229
Управление рисками в банковской деятельности <i>Галапул Наталия Демьяновна</i>	229
Развитие финансовых услуг на рынке телекоммуникаций <i>Галкин Андрей Игоревич</i>	231
Роль внутреннего кредитования в развитии высокотехнологичного сектора экономики <i>Глазунов Валентин Николаевич</i>	232
Основные направления повышения финансовой устойчивости <i>Головина А.Н.</i>	234
Волатильность активов компании как главный фактор ее платежеспособности <i>Горшкова Е.И.</i>	235
Становление системы страхования вкладов в России: проблемы и перспективы <i>Гринькова Мария Сергеевна</i>	236
Последствия вступления России в ВТО в банковской сфере <i>Гумарова Альбина Рафаэльевна</i>	237
Значение внутреннего аудита для эффективного управления современным предприятием <i>Дадашева Елена Андреевна</i>	238
Внутренний контроль и пути его совершенствования в России <i>Даценко Ольга Васильевна</i>	240
Сравнительный анализ состояния российского и зарубежных рынков акций <i>Дорохов Евгений Владимирович</i>	241
О наличии структурных диспропорций на российском фондовом рынке <i>Дорохов Евгений Владимирович</i>	243
Обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств: европейский опыт и пути совершенствования закона в России <i>Дунюшкина Анастасия Сергеевна</i>	244
Особенности рекламной деятельности банков <i>Ефименко К. Б.</i>	246
Проблемы выбора ставки дисконтирования при неразвитом финансовом рынке <i>Жигирь Алена Александровна</i>	248
Информационные системы управления предприятием. Программное обеспечение анализа хозяйственной деятельности <i>Иванова Елена Юрьевна</i>	249
О критериях достаточности золотовалютных резервов <i>Иванова Елизавета Николаевна</i>	250
Страхование жизни как один из способов получения дохода <i>Исаев Антон Николаевич</i>	252
Сопоставление критериальных показателей в различных системах оценки финансовой деятельности предприятия <i>Калашиников Никита Константинович</i>	254
Некоторые инструменты оценки деятельности открытых паевых инвестиционных фондов в России <i>Камалова Гузель Данисовна</i>	255

Необходимость ведения управленческого учета для осуществления финансового планирования <i>Каморевцева Людмила Викторовна</i>	257
Подготовка эффективной бухгалтерской отчётности как основа инвестиционной привлекательности российских корпораций <i>Каспин Александр Ефимович</i>	258
Независимая оценка имущества паевых инвестиционных фондов <i>Клименко Екатерина Константиновна</i>	260
Характеристика рынка банковских услуг города Ростова-на-Дону <i>Клименко Михаил Александрович</i>	260
К вопросу о региональных аспектах развития фондового рынка <i>Княжев Николай Сергеевич</i>	262
Особенности учета затрат при калькулировании себестоимости продукции непрерывных производств <i>Костин Роман Сергеевич</i>	263
Национальный страховой рынок Российской Федерации <i>Красильникова Екатерина Владимировна</i>	265
Направления развития теории поведенческих финансов <i>Кулемин Александр Николаевич</i>	266
Причины составления российскими организациями отчетности в соответствии с МСФО (на примере МСФО 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка») <i>Левченко Евгений Геннадьевич</i>	268
Преимущества и недостатки проектного финансирования при разработке крупных инвестиционных проектов <i>Логунов Виталий Николаевич</i>	269
Особенности маркетинга зарплатных проектов коммерческих банков на региональном уровне <i>Лютикова Ирина Сергеевна</i>	271
Студенческие кредитные карты как направление карточного бизнеса банка <i>Лютикова И.С., Гупалова Е.Н.</i>	272
Проблемы развития рынка ценных бумаг в России <i>Масленников Артём Игоревич</i>	273
Межгосударственное регулирование валютной ликвидности <i>Маиштанова Ольга Вальерьевна</i>	273
Проблемы инвестирования в рамках пенсионной реформы в РФ и пути их решения <i>Мещеряков Владимир Владимирович</i>	275
Развитие финансовых рынков <i>Миляева Анна</i>	276
Развитие финансовых рынков в Польшу <i>Митин Юрий Романович</i>	277
Взаимосвязь контроллинга и управленческого учета <i>Молчаненко Станислав Александрович</i>	279
Особенности развития банковской системы Казахстана в рыночных условиях <i>Морозова Елена Викторовна</i>	280
Анализ уровня капитализации банковской системы Украины <i>Моцак Валентин Валентинович</i>	281
Определение оптимальных ставок кредитования юридических лиц в филиале коммерческого банка <i>Найдёноква Ксения Владимировна</i>	282

Регулирование размера позиции с учетом предыдущей волатильности <i>Неудахин Иван Владимирович</i>	283
К вопросу о принципах банковского аудита <i>Никитина Екатерина Евгеньевна</i>	285
Управление финансовыми потоками холдинга. На примере нефтяного холдинга <i>Новикова Анна Вячеславовна Новиков Александр Владимирович</i>	287
Проблема приближения бухгалтерской отчетности к требованиям международных стандартов <i>Осипова Маргарита Витальевна</i>	288
Сравнительный анализ комплекса маркетинга институтов коллективного инвестирования США и России (на примере взаимных фондов и паевых инвестиционных фондов) <i>Павлов Юрий Павлович</i>	289
Оптимизация распределения инвестиций в холдинге <i>Панова Ольга Александровна</i>	290
Венчурный капитал в России <i>Петрушанский Валерий</i>	291
Фондовый рынок как фактор экономического роста России <i>Поляков Алексей Евгеньевич</i>	293
Проблемы и перспективы функционирования небанковских финансовых институтов на рынке финансовых услуг Украины <i>Примерова Елена Константиновна</i>	295
Формирование современного страхового рынка России: опыт развитых стран <i>Рабаданов Рабадан Магомедтагирович</i>	296
Социально-экономические аспекты развития страхования в Украине <i>Рагулин А.В.</i>	298
Макроэкономические проблемы финансов <i>Ржиматорская Татьяна Николаевна</i>	299
Трансформация модели страхового рынка под влиянием процессов глобализации <i>Рыбаков Сергей Игоревич</i>	301
Актуальность мер предпринимаемых Правительством РФ с целью реструктуризации банковской системы России <i>Рыбин Евгений Валерьевич</i>	302
Моделирование взаимоотношений банковской системы и финансовых рынков <i>Рыкова Инна Николаевна</i>	304
Проблемы хеджирования рисков при ипотечном кредитовании: учетный аспект <i>Салова Наталья Юрьевна</i>	305
Особенности управления финансами ФПГ <i>Самородина Ольга Георгиевна</i>	306
Паевые инвестиционные фонды как средство преумножения капитала <i>Свидерский Станислав Борисович</i>	308
Управление активами пенсионных фондов Казахстана <i>Семенцова Анастасия Юрьевна</i>	309
Накопительная система пенсионного обеспечения как источник долгосрочных инвестиционных ресурсов (на примере Бурятии) <i>Серебренников Дмитрий Михайлович</i>	311
Роль и место методологических принципов в теории и практике финансовой реструктуризации предприятий <i>Серединский Евгений Иосифович</i>	312

Методологические основы вводного курса по корпоративным финансам <i>Серединский Евгений Иосифович</i>	315
Совершенствование бухгалтерской отчетности организации: подходы к повышению прозрачности и информативности <i>Серикова Светлана Викторовна</i>	318
Добавленная рыночная стоимость - индикатор управления стоимостью компании <i>Синяев Валерий Валерьевич</i>	319
Анализ выполнения российской банковской системой основных макроэкономических функций <i>Скиндирева Екатерина Александровна</i>	321
Рассмотрение поведения затрат при сравнении двух источников финансирования (лизинг и кредит) <i>Скоринкина Полина Сергеевна</i>	323
Формирование эффективной системы оперативного контроллинга на промышленном предприятии <i>Софронова Ольга Сергеевна</i>	324
Сравнительный анализ договора финансирования под уступку денежного требования и международного факторинга <i>Спирина Э. Б.</i>	325
О проблемах оценки влияния состава и структуры собственников на эффективность деятельности российских коммерческих банков <i>Тер-Самвелова Наринэ Сергеевна</i>	326
Проблемы управления финансовым рычагом предприятия <i>Тимофеев Руслан Валерьевич</i>	328
Инвестиционный аудит (на примере ОАО «Камызякская РПК») <i>Тихвинская Екатерина Николаевна</i>	329
Отрицательная реальная ставка процента на рынке рублевых облигаций: фундаментальные причины и перспективы коррекции <i>Томышев Андрей Сергеевич</i>	331
Оценка премии за риск банковских облигаций: мировой опыт и российская специфика <i>Томышев Андрей Сергеевич</i>	333
Анализ норм бюджетного и налогового учета по амортизации имущества бюджетной организации в Российской Федерации <i>Тумасова Ирина Александровна</i>	334
Положительные и отрицательные стороны взаимодействия банков и страховых компаний <i>Ульев Алексей Валерьевич</i>	336
Проблемы трансформации бухгалтерской отчетности в соответствии с МСФО <i>Харина Надежда Леонидовна</i>	337
Основные направления реструктуризации банковской системы России <i>Харламов Георгий Александрович</i>	339
Современные аспекты развития МСФО <i>Чайкина Алла Борисовна</i>	341
Проблемы анализа финансовой отчетности <i>Чекунова Светлана Николаевна</i>	342
Финансовый аспект диалектики бренда и торговой марки: что оплачивает потребитель? <i>Шаромов Андрей Валентинович</i>	344

Семантическая проблематика в подходах к изучению анализа финансового состояния организации	
<i>Шаталова Ираида Леонидовна</i>	345
Теоретические аспекты анализа и управления дебиторской задолженностью	
<i>Шевченко Мария Владимировна</i>	347
Современные тенденции динамики автострахования	
<i>Шиянова Анастасия Александровна</i>	348
Проблема использования хеджирования как одного из способов управления рисками	
<i>Шкатова Анастасия Александровна</i>	349
Анализ конкурентных ERP-систем	
<i>Шубин Егор Сергеевич</i>	351
Оптимизация управления денежными средствами в компаниях новых видов бизнеса	
<i>Шуклов Лев Викторович</i>	352
Оценка стоимости бренда МГУ им. М.В.Ломоносова	
<i>Шумаев Никита Вячеславович</i>	353
Управление кредитными рисками в рамках изменения законодательства	
<i>Яковлева Ирина Анатольевна</i>	355
Развитие и внедрение скоринговых систем в банковскую систему Украины как один из методов снижения кредитного риска	
<i>Ярьсько Виктор Иванович</i>	356
ПОДСЕКЦИЯ «ЭКОНОМИКА ФИРМЫ» (ECONOMICS OF THE FIRM)	
О методах комплексной оценки эффективности деятельности предприятий оптовой торговли	
<i>Андреева Рузанна Сергеевна</i>	358
Использование метода «6 сигм» как средства повышения качества продукции и экономии финансовых ресурсов	
<i>Артёмов Валентин Игоревич</i>	359
Система принятия решения в лизинговой деятельности	
<i>Ахметзянов Ильшат Ришатович</i>	360
Вертикально интегрированные связи на разных фазах жизненного цикла отрасли	
<i>Бандилет Анжелика Николаевна</i>	362
Корпоративный праздник как инструмент совершенствования корпоративной культуры во внутрифирменном управлении	
<i>Богатырева Виктория Сергеевна</i>	364
Инновационные способы снижения энергозатрат и получения цементов с максимальной эксергией	
<i>Богомолов В.П.</i>	365
Концепция процедуры наблюдения в рамках института несостоятельности (банкротства)	
<i>Бойкова Анна Викторовна</i>	366
Внедрение в практику управления комплексной системы ВААН	
<i>Буханцева Светлана Николаевна</i>	368
Маркетинговый подход к определению конкурентоспособности на рынке г. Новоуральска	
<i>Бурухин Александр Евгеньевич</i>	368
Разработка метода идеального налогового моделирования	
<i>Валинуров Тимур Раисович</i>	370

Влияние информационных технологий на экономический рост <i>Вариченко Ирина Валерьевна</i>	371
Бюджетирование как основа эффективного управления предприятием <i>Ващенко Руслан Александрович</i>	372
Реформирование электроэнергетики <i>Вахрамеев Сергей Сергеевич</i>	373
Проблемы внедрения системы бюджетного планирования и анализа на промышленных предприятиях <i>Вдовенко Алексей Александрович, Кобызева Мария Алексеевна</i>	375
Проблемы российского рынка корпоративных информационных систем управления: критерии выбора <i>Вершанский Виктор Валерьевич</i>	376
Управленческий консалтинг в фокусе IT-технологий <i>Вегера Дмитрий Леонидович</i>	378
Этапы и подходы к оценке стоимости бизнеса закрытых коммерческих организаций <i>Веригин Павел Александрович</i>	379
ОАО "Красный Якорь" на рынке цепной продукции и обоснование целесообразности открытия региональных представительств <i>Гавриленко Светлана Анатольевна</i>	381
Влияние общественности на решение проблемы качества <i>Глушков Илья Игоревич</i>	382
Проблемы маркетинга в современной банковской системе Украины <i>Гончаров Владимир Александрович</i>	383
Анализ конкурентного окружения при разработке стратегического решения <i>Гришина Татьяна Геннадьевна</i>	384
Малые высокотехнологичные предприятия России: что мешает росту? <i>Грасмик К. И.</i>	386
Имплитный контракт в управлении организацией <i>Грязнова Анна Михайловна</i>	387
Стоимость как критерий для принятия управленческих решений <i>Гусева Анна Викторовна</i>	389
Построение системы оценки эффективности деятельности фирмы <i>Грошев Евгений Анатольевич</i>	390
Вопросы эффективного привлечения заемного капитала) <i>Дандуров Владислав Давидович</i>	391
Критерии для принятия инвестиционных решений в системе управления компанией на рынке недвижимости <i>Докучаев А.С.</i>	393
Оценка имиджа предприятия как инструмент корпоративного управления <i>Долгинцева Екатерина Никитична</i>	394
Система регламентированных закупок как инструмент повышения эффективности функционирования предприятия <i>Ерёмченко Татьяна Ивановна</i>	395
Система качества проекта как инструмент оптимизации бизнес-процессов <i>Заргано Михаил Геннадиевич</i>	397

Методы повышения эффективности использования информационных технологий <i>Земляничкина Екатерина Борисовна</i>	399
Фирменный стиль как элемент рекламы в гостиничном бизнесе <i>Иванова Елена Владимировна</i>	400
Концептуальные модели оценки эффективности деятельности предприятия <i>Игнатченко Евгений Анатольевич</i>	401
Проблемы регулирования материальных потоков на предприятии <i>Иванушкина Людмила Николаевна</i>	403
Использование налоговых платежей в качестве альтернативного источника финансирования оборотного капитала <i>Казарина Юлия Геннадьевна</i>	404
Рынок рекламного обслуживания хозяйствующих субъектов <i>Калло Николай, Потолокова М.О.</i>	406
Оценка инвестиционной привлекательности как элемент инвестиционной политики фирмы <i>Касимова Елена Сергеевна</i>	407
Проблемы мотивации персонала на современных предприятиях <i>Калимуллина Роза Рашитовна, Кузнецова Альфия Рашитовна</i>	408
Адаптация мотивационной теории иерархии потребностей Маслоу к современной действительности <i>Карасёва Юлия Николаевна</i>	410
Крупный и малый бизнес: перспективы взаимоотношений в форме франчайзинга <i>Качканов Виталий Петрович</i>	412
Реструктуризация как эффективный способ повышения стоимости компании <i>Кирпичев Григорий Борисович</i>	413
Экономика качества в рачительном производстве <i>Ковалева Анна Витальевна</i>	415
Информационная система «Финансовая диагностика предприятия» как инструмент поддержки управленческих решений <i>Козин Сергей Владимирович</i>	416
Особенности мирового рынка рекламы: сравнительная характеристика <i>Козлов Евгений Николаевич</i>	418
Кластеризация как фактор повышения конкурентоспособности Литовской промышленности <i>Коробейников К.С., Шаева С.П., Юргутис Л.В.</i>	419
Функциональная модель инновационного развития предприятия <i>Кочеткова Олеся Вячеславовна</i>	421
Применение опережающих баз сравнения при формировании стратегии повышения качества продукции <i>Кришталь Николай Васильевич</i>	423
Формирование бюджета продаж с учетом жизненного цикла продукта <i>Кузнецова Наталья Викторовна</i>	424
О проблеме развития семейного предпринимательства в Узбекистане <i>Кувондигов Шухрат Облокулович</i>	425
Изучение лояльности потребителей при реализации концепции социально-этического маркетинга <i>Кудимова Екатерина Евгеньевна</i>	427

Повышение эффективности работы предприятия на основе инвестиционной деятельности	
<i>Кучер Вячеслав Анатольевич</i>	428
Некоторые подходы к определению конкурентной стратегии предприятия	
<i>Лагоза Дмитрий Сергеевич</i>	430
Моделирование бизнес-процессов, ограничения: теория и практика	
<i>Латышев Константин Владимирович</i>	431
Элементы инфраструктуры виртуальной структуры управления реализацией больших инвестиционно-строительных проектов	
<i>Лепешкина Марина Николаевна</i>	433
Экспертная система как инструмент менеджера при принятии стратегических решений	
<i>Липенко Евгения Владимировна</i>	434
Тенденции структурной концентрации и результаты функционирования рынка	
<i>Любященко София Николаевна</i>	435
Роль маркетинга в повышении эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия	
<i>Ляхов Александр Васильевич, Кучер Вячеслав Анатольевич</i>	437
Аспекты различных видов культур в практической деятельности	
<i>Маркитантова Юлия Алексеевна</i>	438
Корпоративные сети как формы развития коллективного предпринимательства в строительстве	
<i>Матюхина Наталья Викторовна</i>	439
Гуманистические принципы менеджмента, ориентированного на рынок	
<i>Махрова Татьяна Николаевна</i>	440
Построение информационной системы «Управленческие затраты»	
<i>Макарчук Марина Анатольевна</i>	442
Многофакторная методика определения Second Best тарифа на электроэнергию для населения Удмуртии	
<i>Мацкевич Иван Евгеньевич</i>	442
Роль банков в ФПГ	
<i>Медведева Ольга Евгеньевна</i>	444
Корпоративная культура и ее особенности в России	
<i>Минутдинова Айгуль Султановна</i>	445
Социальная ответственность бизнеса	
<i>Мирная Наталья Алексеевна</i>	447
Роль бизнес - планирования при создании инновационной start-up компании (на примере производства установок по очистки питьевой воды)	
<i>Митин Юрий Романович</i>	448
Аутсорсинг как альтернативный способ снижения издержек страховой компании	
<i>Никогосова Ольга Сергеевна</i>	449
К вопросу об альтернативных подходах исследования конкурентоспособности	
<i>Ольшевский Константин Владимирович</i>	450
IPO как инструмент привлечения финансирования через фондовый рынок	
<i>Панченко Екатерина Александровна</i>	452
Современные концепции маркетинга услуг	
<i>Пасонена Алиса Андреевна</i>	453

Реструктуризация предприятий в переходной экономике <i>Патракеев Алексей Алексеевич</i>	454
Оценка влияния реформы по монетизации льгот на пассажирское автотранспортное предприятие <i>Пахмутов Иван Александрович</i>	456
Современные тенденций формирования и развития игорного бизнеса в России <i>Побойня Владимир Валерьянович</i>	457
Малый бизнес и СМИ: модели взаимоотношений <i>Поленков Вячеслав Николаевич</i>	458
Мотивация персонала в сфере сервиса и туризма <i>Полухина Анна Николаевна</i>	459
Управление и инновации в условиях сетевой межфирменной кооперации <i>Попов Никита Игоревич</i>	461
Проблемы комплексного использования маркетинговых моделей <i>Попова Евгения Александровна</i>	463
Интерактивный маркетинг на современной фирме <i>Приходько Александра Викторовна</i>	464
Интернет-маркетинг <i>Пружинина Ольга Павловна</i>	466
Стратегия в управлении современным промышленным предприятием <i>Родригес Вега Ярославна Густавовна</i>	467
Time-management как инструмент повышения эффективности деятельности фирмы в российских условиях <i>Рудая Антонина Владимировна</i>	469
Исторические вехи развития концепции корпоративной социальной ответственности в зарубежной и отечественной науке и практике <i>Рулинский В.И., Скляр Е.Н.</i>	471
Перспективы развития сетей организаций в России <i>Сафронов Иван Михайлович</i>	473
Конкурентоспособность фирмы в современной экономике <i>Севостьянова Елена Владимировна</i>	474
Методы реструктуризации как средство повышения эффективности управления проектами предприятия <i>Сергунин Владимир Александрович</i>	476
Управление маркетингом. Исследование рынка потребительского поведения <i>Сибилева Татьяна Александровна</i>	477
Учет налогового бремени в планировании импортных операций предприятия <i>Синельников Иван Васильевич</i>	478
Актуальные проблемы стратегической уязвимости и гибкости фирмы <i>Ситницкий Максим Васильевич</i>	480
Лояльность клиентов как элемент концепции маркетинга взаимоотношений <i>Соленова Наталья Александровна</i>	481
Принципы построения архитектуры бренда <i>Сологубов Станислав Николаевич</i>	482
Программа развития молодых специалистов как один из инструментов микромаркетинга <i>Сологубова Марина Викторовна</i>	484
Основные подходы к управлению запасами на предприятии <i>Старикова Любовь Ивановна</i>	485

Методические основы оценки морального ущерба работнику от производственного травматизма <i>Стрижкова Наталья Владимировна</i>	486
Риск как ключевой аспект предпринимательской деятельности <i>Стребкова Лидия Николаевна</i>	488
Оценка и управление рисками промышленных предприятий Брянской области <i>Стрижаков Дмитрий Валерьевич</i>	489
Разнообразие моделей бюджетирования <i>Сухов Дамир Равилевич</i>	490
Управление изменениями: вопросы теории и практики <i>Тарасов Александр Викторович</i>	493
Проблемы управления финансовым рычагом предприятия <i>Тимофеев Руслан Валерьевич</i>	495
Выбор оптимальной схемы финансирования инвестиционной деятельности предприятия <i>Турковская Наталья Валерьевна</i>	496
Современный выставочный бизнес <i>Устинова Н.П.</i>	498
Исследование проблем российской системы корпоративного управления в условиях трансформационной экономики <i>Харисов Ильшат Фиразович</i>	500
Теоретические основы использования концепции контроллинга в отечественной и зарубежной практике <i>Хрычикова Т.Д.</i>	501
Прикладные программные продукты и их роль в сфере управления проектами <i>Черевиченко Алексей Олегович</i>	502
Особенности применения коллективных систем оплаты труда в организациях с внутрифирменной предпринимательской средой <i>Чернятович Юрий Павлович</i>	504
Брэндинг в деятельности российских предприятий <i>Чидилян Ани Камоовна</i>	505
Экономическое обоснование мероприятий по повышению качества и конкурентоспособности продукции <i>Шадрин Алексей Павлович</i>	507
Возможные подходы к формированию программы производства на промышленном предприятии <i>Шафранская Ирина Николаевна</i>	508
Система стратегического управления, как экономическая категория <i>Штучко А.В.</i>	510
Проблемы оценки инновационного потенциала промышленного предприятия <i>Шляхто Ирина Вячеславовна</i>	513
Брендинг и надбрендинговая концепция как стратегии предприятия <i>Шумыло Ирина Алексеевна</i>	515
Жизненный цикл как определяющий фактор обеспечения инвестиционной привлекательности транспортного предприятия <i>Щеглова Ирина Валерьевна</i>	516
Корпоративная система управления проектами <i>Яблоков Андрей Владимирович</i>	518

О сущности государственной инновационной политики <i>Степаненко Дмитрий Михайлович</i>	518
Инвестиционные особенности развития фармацевтического бизнеса России <i>Толстомятенко Мария Анатольевна</i>	520
Концепция брендинга на Российском рынке <i>Галстян Армен Шагенович</i>	522
Проблема диагностики вероятности банкротства предприятий <i>Сарычева Александра Александровна</i>	523
Учет финансовых показателей при принятии решения об инвестировании <i>Шахбазян Люсинэ Левановна</i>	524
ABC, BSC и EVA: взаимоисключаемы или взаимодополняемы? <i>Зобнина Маргарита Ренатовна</i>	526

Предисловие

*На юбилейный Форум «Ломоносов»
направлен молодой науки цвет.
Открытий новых ожидает космос.
Виват, Московский Университет!*

Данный сборник содержит тезисы выступлений на секции «Экономика» XII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов», которая состоялась 12–15 апреля 2005 г. в Московском государственном университете им. М.В. Ломоносова.

В оргкомитет экономической секции поступило более 740 заявок на участие в конференции, из которых на конкурсной основе были отобраны лучшие (около 550 тез.) из 181 вуза и других организаций, более чем из 90 городов России (472 тез.), Украины (30 тез.), Казахстана (20 тез.), Беларуси (8 тез.), Узбекистана (6 тез.), Азербайджана (4 тез.), Германии (2 тез.), Китая (2 тез.), Республики Корея (2 тез.), Грузии (1 тез.), Латвии (1 тез.), Литвы (1 тез.), Эстонии (1 тез.). Наиболее активными оказались представители МГУ им. М.В. Ломоносова (115 тез.), Ростовского государственного университета (67 тез.), Ставропольского государственного аграрного университета (15 тез.), Волгоградского государственного технического университета (14 тез.), Самарской государственной экономической академии (13 тез.). Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова (12 тез.), Финансовой академии при Правительстве Российской Федерации (11 тез.), Ставропольского государственного университета (8 тез.), Киевского национального университета им. Т.Г. Шевченко (7 тез.), Чебоксарского кооперативного института Центросоюза РФ (7 тез.), Брянского государственного технического университета (6 тез.), Томского политехнического университета (6 тез.), Тульского государственного университета (6 тез.). Наиболее активными оказались участники из Москвы (138 тез.), Ростова-на-Дону (72 тез.), Ставрополя (26 тез.), Волгограда (22 тез.), Санкт-Петербурга (17 тез.), Белгорода (14 тез.), Йошкар-Олы (10 тез.), Киева (10 тез.), Томска (8 тез.), Донецка (7 тез.), Казани (7 тез.), Минска (7 тез.), Омска (7 тез.), Харькова (7 тез.), Чебоксар (7 тез.). 75% отобранных тезисов представлены ино-городними и зарубежными участниками, а также участниками из других вузов Москвы. Подавляющее большинство участников являются студентами старших курсов или аспирантами.

Отобранные по итогам конференции лучшие статьи будут опубликованы в сборнике материалов конференции «Ломоносов-2005».

Проведение секции «Экономика» не могло бы состояться без активного участия аспиранток экономического факультета МГУ Гузель Камаловой и Алии Камаловой, взявших на себя большую работу по организации деятельности секции и проявивших при этом инициативность, оперативность и ответственность.

Оргкомитет секции «Экономика» выражает благодарность аспирантам экономического факультета: Евгению Серединскому, Дабе Цыденову и Олегу Цыденову, Рабадану Рабаданову, Владимиру Новикову, студентам: Анне Нуреевой, Юлии Жариновой, Марии Ковалевой, за помощь в подготовке конференции, а также признателен программисту экономического факультета Владлену Булатову, участвовавшему в создании и поддержке системы электронной регистрации для участников конференции.

Информацию о следующих конференциях и научно-практических семинарах, проводимых под эгидой Совета молодых ученых экономического факультета МГУ, можно найти по адресу: <http://smu.econ.msu.ru>. Дополнительную информацию можно получить, связавшись с Советом молодых ученых по телефону: +7 (095) 939-18-65 или по электронной почте: smu@econ.msu.ru.

*Председатель Совета молодых ученых,
к.э.н., к.ф.-м.н., к.ю.н. В.Н. Сидоренко,
Зам. председателя Совета молодых ученых
И.А. Алешиковский*

Foreword

This book presents the proceedings of the Section “Economics” of XII International Conference of the under-graduate and post-graduate students and young scientists «Lomonosov», which was held on April 12–15, 2005 at the M.V. Lomonosov Moscow State University.

The Organizing Committee of the Section “Economics” have received more than 740 application. About 550 proceedings from 181 universities and institutes, from over 90 cities of Russia (472), Ukraine (30), Kazakhstan (20), Belarus (8), Uzbekistan (6), Azerbaidzhan (4), China (2), Germany (2), Republic of Korea (2), Georgia (1), Estonia (1), Latvia (1), Lithuania (2).

The most active were the participants from M.V. Lomonosov Moscow State University (115), Rostov State University (67), Stavropol State Agrarian University (15), Volgograd State Technical University (14), Samara State Economic Academy (13), V. Shukhov Belgorod State State Technical University (12), Stavropol State Agrarian University (8), T. Shevchenko Kiev National University (7), Bryansk State Technical University (6), Cheboksary Cooperative Institute (7), Tomsk State Politechnical University (6), Tula State University (6).

The most active were representatives from Moscow (138), Rostov-on-Don (72), Stavropol (26), Volgograd (22), Saint-Petersburg (17), Belgorod (17), Ioshkar Ola (10), Kiev (10), Tomsk (8), Charkov (7), Cheboksary (7), Donetsk (7), Kazan (7), Minsk (7), Omsk (7). 75% of proceedings come from other universities.

The best articles will be published in the Materials of Conference.

The Organizing Committee of the Section “Economics” expresses the special acknowledgments to students and PhD students of Faculty of Economic Gusel Kamalova and Aliya Kamalova, Evgenij Seredinski, Daba TSydenov and Oleg Tsydenov, Rabadan Rabadanov, Vladimir Novikov, Anna Nureeva, Uliya Garinova, Maria Kovaleva for their help in the preparation of the Conference and Vladlen Bulatov for the participation in programming of the electronic registration system.

Further information on future conferences and scientific-practical seminars, which are organized by Young Scientists’ Council of the Faculty of Economics MSU, can be found at the Web-site: <http://smu.econ.msu.ru>. You may also contact with Council of Young Scientists by telephone: + 7 (095) 939-18-65 or by e-mail: smu@econ.msu.ru.

*Head of the Young Scientists’ Council
Ph.D. Vladimir Sidorenko,
Deputy Head of the Young Scientists’ Council
Ivan Aleshkovski*

ПОДСЕКЦИЯ «ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ И ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ»

Problems of Economic and Democratic Transitions

Nasimova Farida Abdulloevna

Student

Samarkand State University, Uzbekistan

E-mail: farida_n@mail.ru

Nowadays Small and Medium sized Business (SMB) plays a great role in economy of Uzbekistan. The role of SMB increases in main economic indicators of Uzbekistan year by year.

The share of GDP produced by Small and Medium sized Enterprises (SME) in the year 2003 consisted of 35.5% of its total volume, exceeding this indicator for the similar period of the previous year by 0.9 percentage points. The growth of this indicator was significantly influenced by the stability of the regional development of small businesses and the significant increase of their share in the GRP in Jizzakh (56.9%), Samarkand (48.9%), Sirdarya (47.8%), Namangan (44.4%) provinces and Tashkent city.

As a result of dynamic development in the output of small and medium enterprises maintained in 2003, their share in GDP increased by 0.7 percentage points and reached 16.4%. SMEs play important role in population employment.

The number of people employed in 2003 in SMEs which are legal entities amounted to more than 1045 thous. people. The share of SME employees in the total number of employed in the economy, including individual entrepreneurs, increased in comparison with 2002 by 3.5 percentage points and reached 57.0%. In the sphere of SME, including individual entrepreneurs not registered as legal entities, 375.4 thous. New jobs were created in 2003, exceeding this indicator for 2002 by 6.1 percentage points.

The growth in the number of small and medium businesses in 2003 predetermined the increase in the number of operating SMEs per 1000 people from 8.6 in 2002 to 9 per 1000 in 2003. The structure of SME output by sectors improved considerably during the year 2003. The share of SMEs in industrial production increased in comparison to the previous year by 2.5 percentage points and reached 16.6%. Such an increase was caused by the high growth of production output (28.5%) as a result of implemented measures to place governmental orders among small and medium businesses and to extend cooperation between large companies and SMEs. In 2003 SMEs produced 76.8% of the total volume of gross agricultural output — about the level of the previous year. The largest share of production output extended to dekhkan farms — 62.4%.

But there are many problems in this sphere, for example difficulties in registering process, high level of taxes, not knowing their rights, education, difficulties with export operations and others. The numbers of subjects of Small Business increases in Uzbekistan, but most of them do not operate. To solve these problems tax rates must be decreased and operation of service centers is essential for development of SMEs in Uzbekistan.

Euro-integration vs. Strategic Partnership with Russian Federation:

Ukraine in Search of Compromise

Alexander Pertsovsky, Konstantin Pertsovsky

Students

National Taras Shevchenko University of Kiev

E-mail: mix_fight@mail.ru

Owing to geopolitical, historical and cultural facilities Ukraine is a key player in the field of Russian Federation and European Union interplay. At the same time, Ukrainian researchers,

officials and businessmen are confronted with the dilemma of tendency to euro-integration and strategic partnership with Russian Federation.

We are positive that there is no reason for escalation of contradictions: the model of United Economic Space does not conflict with the membership of Ukraine in WTO and EU in long-term outlook. Vice versa all sides (Ukrainian society first of all) are interested in effective tools of concordance to ensure economic development. In this work we attempt to overview such tools. We focus on the social-oriented economic model that is typical for developed economies nowadays and declared both by Russian Federation and Ukraine. While investigating modern tendencies in world economy we come to the conclusion that developed countries are searching for the ways to overcome the pitfalls of free market (pointed out by the opponents of accelerated integration), to solve social problems first and foremost.

Let's consider such international experience, since under globalization it influences home market noticeably. First we should point out the absence of any universal pattern of the "total prosperity state". Therefore all advantages and disadvantages of any model ought to be considered thoroughly by us while looking for our own way. It's essential to take into account our own experience also. In this research we breakdown social insurance system into three categories. First of them we determine as **conservative**. This one is typical for Germany, France and Italy primarily and it's genesis lies early in XX century and is concerned with person of Otto von Bismark. In Russian Empire German innovations were inculcated by prime minister S.Vitte. At the heart of the **liberal** system there is an insurance mechanism noted at the beginning of this work. This model is popular in Anglo-Saxon countries such as US, Australia, New Zealand etc. This approach is based on ideas of liberal economists who declared that considerable social payments would prevent effective labor market functioning. Instead private social ensuring systems, non-government pension funds are greeted. **Social Democratic** model is regarded as the third mode of social-oriented economy. It descended from Great Britain. It was 1942 when Sir William Beveridge advanced a slogan of government support «from the cradle to the grave». This system implies active profits redistribution: Lorence curve may be used adequately here. Nevertheless deficiency in social insurance funds forces Social Democratic mode to give way to liberal one. On the other hand Social Democracy is strong in Northland nowadays. Thus social services established by municipalities are wide spread in Denmark.

We've dealt with modern tendencies typical for leading world economies. It's essential for our investigation that these trends have something in common both with reforms launched in Russian Federation in 2002 by several federal acts and with the 3-levels pension model that is being implemented in Ukraine since January, 1st 2004. Health authorities demand immediate reforms also and it's obvious that obligatory medical insurance should be provided. System of government social ensuring funds (in case of unemployment, industrial injuries etc.) requires reorganization too. We are certain that this innovations ought to be provided by our governments in coordination, drawing on experience of leading states. Furthermore the risks of social stress and conflicts need to be minimized regardless of external (or internal) policy. Ukrainian political developments and problems that Russian federation faced with while reforming social sphere do support this thesis. Moreover euro-integration is not the thing in itself but the way (that has alternatives and may be corrected) aimed at the social and economic results.

**Экономический анализ возможностей применения элементов прецедентного права
в рамках системы кодифицированного права (на примере России)**

Алешковский Иван Андреевич

молодой ученый

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Россия

E-mail: aleshkovski@econ.msu.ru

Правовые системы большинства стран современного мира (за исключением ряда мусульманских стран и некоторых развивающихся стран) основаны на *обычном (прецедентном)* праве или же на *кодифицированном (континентальном)* праве.

Их основные различия заключаются в том, что [2]:

1. *в рамках первой системы* правовая норма создается законодателем (как специфическим институтом государства) и судом, в то время как *в рамках второй* — только законодателем;
2. *в рамках первой системы* судебное решение по какой-либо проблеме, ранее не рассматривавшейся судом, создает прецедент, т.е. новую юридическую норму, которая будет использоваться в дальнейшем при рассмотрении новых дел; *в рамках второй системы* суд лишь применяет нормы, созданные вне судебной системы;
3. *в рамках первой системы* отсутствие закона, под который подпадает рассматриваемый в суде конфликт, не препятствует принятию судебного решения, *в рамках второй* — представляет возможность уклонения суда от анализа конфликта и его разрешения посредством судебного решения.

Исторически в России (еще со времен Российской империи) существует кодифицированная система права. Вместе с тем переходный этап реформирования общества и создания новой законодательной системы, на котором находится Россия, сопровождается высоким уровнем неопределенности законодательного поля: часто наблюдается дублирование или несоответствие между правовыми нормами, определяющими «правила игры» экономических агентов, а в ряде случаев существует правовой вакуум. Для быстрого преодоления существующего барьера неопределенности необходимы принципиально новые специфические технологии законотворческого процесса. Одной из таких технологий может стать юридический прецедент. Таким образом, актуальным представляется анализ перспектив такого институционального нововведения, как применение в России элементов прецедентного права.

На наш взгляд, использование в России в качестве источника права прецедента¹, безусловно, будет способствовать восполнению пробелов в российском законодательстве. Такое нововведение приведет к снижению загруженности российских судов, экономии (материальных и нематериальных) ресурсов всех заинтересованных экономических агентов, способствовать экономическому развитию страны (поскольку экономические агенты смогут более эффективно использовать имеющиеся ресурсы), улучшению инвестиционного климата в стране (последнее возможно благодаря снижению уровня неопределенности).

Вместе с тем применение прецедентного права в рамках кодифицированной правовой системы, на наш взгляд, может привести к следующим трудностям [1, 3]:

1. конфликт принятых прецедентов с правотворческой деятельностью Федерального Собрания в том случае, если действующий прецедент противоречит вновь введенному закону (поскольку «старый» прецедент, в отличие от «старого» закона, не прекращает своего действия при появлении нового). На наш взгляд, эту коллизию можно преодолеть, если законодательно прописать, что прецедент занимает подчиненное закону положение и при появлении закона, регулирующего данную сферу экономической деятельности, прекращает свое действие.
2. непрофессионализм судей, а также коррупция в судебной системе России, которые в рамках кодифицированной системы могут повлиять только на непосредственных участников данного процесса, в прецедентном праве затрагивают все общество в целом (поскольку решение по одному «купленному» делу будет влиять на все остальные, «непроплаченные» дела). Данный недостаток можно преодолеть при должном контроле за деятельностью судей.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, на наш взгляд, в настоящее время в России такое институциональное нововведение, как применение прецедентов, является

¹ Строго говоря, на протяжении 1990-х годов прецеденты уже стали источником права в России. Так, в качестве основы для вынесения решений судьи используют постановления Высшего Арбитражного суда [1].

экономически оправданным. При этом, прецеденты должны, прежде всего, органично дополнять существующую законодательную систему, закрывать имеющиеся «бреши».

Библиография

1. Какая система права нужна России? // Банковский форум www.bankir.ru. (<http://dom.bankir.ru/showthread.php?s=&threadid=12929>).
2. Марченко М.Н. Проблемы теории государства и права. М.: ЮРИСТЪ, 2001. (Пар. 6. Является ли судебная практика источником российского права?)
3. Экономический анализ нормативных актов / Под ред. В.Л. Тамбовцева. М., 2001.

Регионализация конкурентоспособности национальной экономики: опыт Западной Европы

Алеценко Виталий Викторович

студент

*Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, Омск, Россия
E-mail: omsksme@rambler.ru*

Не секрет, что глобализационные процессы выводят на новый уровень и без того сложные и запутанные конкурентные отношения между современными государствами. В знаменитых словах президента Клинтона об уподоблении каждой нации крупной корпорации, конкурирующей на глобальном рынке, безусловно, есть свое рациональное зерно. Дело в том, что «традиционные» (сравнительные — в терминологии теории конкурентоспособности М. Портера) конкурентные преимущества: уникальные ресурсные и природно-климатические условия, развитая инфраструктура, тарифно-таможенная защищенность и т.п., — стремительно утрачивают свое доминирующее значение [1]. Настоящий успех сопутствует странам, перешедшим к использованию динамично меняющихся конкурентных преимуществ инновационного характера. Сегодня нации соревнуются друг с другом, прежде всего, в эффективности поиска и внедрения самых результативных методик создания наиболее благоприятной среды, содействующей «выращиванию» у своих фирм «способности быть самыми сильными». При этом в распоряжении правительств оказывается довольно широкий арсенал средств: от особых экономических зон до региональной политики в целом. В этом отношении для нас представляет определенный интерес анализ факторов формирования, специфики, эффективности и дальнейших перспектив западноевропейской модели регионального развития, в определенном смысле предвосхищающей аналогичные процессы в других развитых странах.

Многочисленные исследования основных факторов потенциального роста национальной экономики в условиях глобализации убедительно свидетельствуют о преимуществах малых, открытых, интегрированных в мировое хозяйство экономических систем. Именно это положение, по мнению многих ученых и политиков, активно взято на вооружение странами Западной Европы в деле повышения своей конкурентоспособности [2]. Дело в том, что современная интеграция есть прямое следствие объективного процесса развития устойчивых экономических связей на основе разделения труда национальных хозяйств. В условиях же постиндустриального характера мирового экономического развития устойчивые конкурентные преимущества часто носят локальный, «сугубо местный» характер. Таким образом, интеграция ведет к тесному переплетению национальных хозяйств посредством, прежде всего, региональных экономических систем.

Начавшись в странах Скандинавии и Альпийских регионах, а также вдоль французской и немецкой границ после Второй мировой войны, развитие региональных интеграционных процессов привело к появлению на территории Европы многочисленных межрегиональных образований, имеющих общие интересы и

простирающихся за пределы отдельных государств. Так, программа Европейского Союза (ЕС) «Регионы и города Европы» (RECITE) с начала 1990-х гг. основала уже более полусотни сетевых региональных программ сотрудничества, позволяющих европейским производителям сообща решать схожие проблемы и повышать свою «общеевропейскую» конкурентоспособность. Конечно, формы, масштабы, да и сама методология европейской «регионализации» постоянно видоизменяются. Кооперативные усилия эволюционировали от предоставления услуг и более эффективного использования инфраструктуры до совместного привлечения внутренних и внешних инвестиций, проведения научных и проектно-конструкторских разработок, распространения информации и передового опыта. Продолжительность таких действий также может варьироваться от краткосрочных проектов до долгосрочных мультипроектных программ развития.

Принципиальную важность имеет выбор оптимального источника инициации и дальнейших действий по региональной кооперации. Местные уровни власти, деловые и научные круги, общественный сектор участвуют в этом вместе и даже могут брать на себя ответственность за инициирование региональной кооперации. Уменьшение федерального финансирования и новый федеральный подход к городской политике в свою очередь тоже подталкивают местные правительства к кооперированию, как средству более эффективного использования ограниченных ресурсов в условиях усиливающейся конкуренции. ЕС также находится в процессе постоянного совершенствования наднациональной стратегии содействия и финансирования региональной кооперации. В целом можно отметить, что европейские интеграционные сети организационно оформлены и долгосрочны. Информация и опыт генерируются участниками самостоятельно, а также активно дополняются внешними источниками (национальное правительство и ЕС). Главный результат — интеграция в форме многочисленных региональных образований стимулирует качественно новые процессы роста в различных частях Европы, что повышает ее общую конкурентоспособность.

Естественно, в этих условиях кардинально изменяется функциональное предназначение регионального уровня управления, участвующего в экономическом развитии. Однако, как показывает практика, только существования децентрализованных экономико-политических систем недостаточно для того, чтобы быть уверенными в успешном (конкурентоспособном) региональном росте. На смену традиционному взаимодействию властей приходит более сложная схема отношений и ответственности между и внутри уровнями власти и управления, вовлекая общественный, частный и некоммерческий сектора. Например, международная ассоциация региональных и местных администраций, ассоциаций бизнеса и экспертов по планированию в Долине Верхнего Рейна (этот регион охватывает территорию южного Эльзаса во Франции, юг Баден-Вюртемберга в Германии и регион Базеля в северной Швейцарии) использовала финансирование ЕС для обеспечения транспортной и коммуникационной инфраструктуры, поддержки исследований и обучения (особенно в сфере телекоммуникаций) и продвижения туризма [3]. Таким образом, именно совместная работа государственного, частного и некоммерческого секторов в порядке инициативы «снизу», активно поддерживаемая, умело организуемая и наделенная полномочиями «сверху» и обеспечивает процессам регионализации конкурентоспособности национальной экономики столь необходимую в постиндустриальном мире гибкость и эластичность.

К сожалению, богатая на значительные события российская история свидетельствует о крайне низкой опоре центральной власти на созидательную энергию самих субъектов региональной экономической системы, всего общества в целом. Уже привычное для нас стремление решать все проблемы одним махом (как известно, модернизация в России традиционно проводится «сверху»), заведомо подчиненное интересам «метрополии» положение «территорий» — наиболее характерные черты

оссийского государственного менталитета. А высокая результативность в практически всех сферах деятельности (от автомата до балета) обуславливается, скорее, противостоянием государства российского внешнему миру, а не является следствием взаимовыгодного обмена или сотрудничества. Сумеем ли мы вовремя обратить этот очевидный многим недостаток в потенциал нашего конкурентоспособного экономического роста, покажет время.

Литература

1. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. М., 2000. С. 162–204.
2. Amin, A., Tomaney, J. The regional dilemma in a neo-liberal Europe // European Urban and Regional Studies, 1995, № 2, p. 171–188.
3. Borrás S. The «Four Motors for Europe» and its promotion of R&D linkages: Beyond geographical contiguity in interregional agreements // Regional Politics & Policy, 1993, №3, p. 163–176.

Приток нефтяных долларов в Азербайджан и эффективность монетарной политики

Алирзаева Тарана Али кызы

аспирантка

Азербайджанский государственный экономический университет, Баку, Азербайджан

E-mail: talirzayeva@yahoo.com

Тема, которую я постараюсь осветить, является очень глобальной, многоаспектной и перспективной. Но я хочу затронуть только те процессы, которые могут, управляется с помощью монетарной политики.

Всем нам известно то что, до этого времени было подписано около двадцати нефтяных контрактов. Учитывая тот факт, что экономика Азербайджана не является большой, широкомасштабный приток иностранной валюты в Азербайджан может стать основным монетарным фактором, влияющим на ситуацию в денежно-кредитной сфере.

Так же надо отметить, что влияние этого фактора будет долгосрочным, так как нефтяные контракты охватывают десятилетия. Учитывая данную перспективу можно утверждать, что в ближайшее время приток иностранной валюты в страну будет поступательно увеличиваться.

В случае увеличение физического объема экспорта нефти активные монетарные эффекты могут проявляться в следующих формах:

- рост предложения иностранной валюты на валютном рынке в связи с увеличением доходов предприятий, участвующих в нефтяных проектах;
- рост предложения иностранной валюты на валютном рынке в связи с выплатами (налоговых выплат нефтяных консорциумов и трансфертных средств из Нефтяного Фонда) нефтяных предприятий в государственный бюджет.

В этом случае может иметь место резкая ревальвация маната и это может отрицательно повлиять на деятельность не нефтяного сектора. В любом случае в распределении НБА должны находиться активные монетарные инструменты для предотвращения негативных последствий на экономику. Например, в случае инфляционного расширение денежного предложения для ограничения банковской ликвидности, НБА может использовать такие инструменты как, увеличение норм обязательного резервирования, операции на открытом рынке, повышение ставки учетного процента, депозитные операции. Следует отметить, что в настоящая время НБА создал всю необходимую для проведения подобных операций, которые в мировой практике известна как «операции по стерилизации».

История развития мировой экономики показывает, что в странах-экспортерах сырой нефти масштаб экономических процессов, и особенно ситуация в денежно-кредитном секторе, зависит от изменений цен на сырую нефть на мировом рынке.

В этом смысле, учитывая важную роль нефтяного сектора в экономике Азербайджана, было бы целесообразным рассмотреть возможные сценарии развития монетарных и макроэкономических процессов.

Практика показывает, что изменение цен на нефть может быть краткосрочным конъюнктурным или долгосрочным циклическим. В результате **краткосрочного снижения** цен нефтяные доходы уменьшаются, и в этом случае НБА будет интенсивно продавать иностранную валюту на валютном рынке, для предотвращения резкой девальвации маната. В результате этого объем денежного агрегата М2 может уменьшиться и НБА сможет использовать такие инструменты как, операции РЕПО (покупка ценных бумаг у коммерческих банка), увеличение выдачи кредитов овернайт и ломбард.

Краткосрочное увеличение цен на нефть сопровождается увеличением валютных доходов и, следовательно, увеличением предложения иностранной валюты на валютном рынке. Это же в свою очередь может привести к ревальвации маната. Для того, чтобы это не отразилось на объеме экспорта не нефтяного сектора, НБА покупает иностранную валюту и тем самым расширяет денежный агрегат М2. В этом случае НБА, посредством операций РЕПО продает ценные бумаги (ГКО, ноты НБА) коммерческим банкам и временно ограничивает ликвидность. Таким образом, для сохранения равновесия на денежном рынке НБА влияет на него посредством стерилизации.

Бесспорным является тот факт, что главными импортерами сырой нефти являются развитые страны. Циклические изменения в экономике развитых стран влияют на экономику Азербайджана (как страну-экспортера нефти), в том числе и на монетарный сектор. В случае долгосрочного снижения и увеличения цен на нефть НБА естественно будет предпринять активные монетарные регулирующие меры.

В случае долгосрочного снижения цен на нефть на валютном рынке долговременно отсутствует иностранная валюта и появляется опасность резкой девальвации национальной валюты. В этом случае НБА увеличивает предложение иностранной валюты, тем самым уменьшая М2. Уменьшение М2 может создать опасность замедления экономического развития.

Чтобы сохранить ликвидность экономики НБА использует такие инструменты как: покупка нот НБА у коммерческих банков; снижение норм обязательного резервирования; выделение кредитов банкам; переучет векселей; покупка ГКО у коммерческих банков.

Долгосрочное увеличение. С увеличением экономической активности в развитых странах мира объем импорта, в том числе и импорта сырой нефти, может увеличиться. Рост спроса на нефть увеличит цену на нее, и это приведет к увеличению нефтяных доходов, а, следовательно, и предложения иностранной валюты. НБА с целью недопущения ревальвации маната будет активно покупать иностранную валюту на денежном рынке. И это может закончиться инфляционным увеличением денежной массы. Для предотвращения этого НБА использует такие инструменты как: продажа нот НБА коммерческим банкам; повышение норм обязательного резервирования; депозитные операции НБА; продажа ГКО коммерческим банкам

Для справки приведем следующую информацию. В течение 2003 года банкам были проданы ценные долгосрочные бумаги на сумму 61.2 млрд. ман. и были проведены операции РЕПО на сумму 51.4 млрд. ман. Посредством операций на открытом рынке Национальный Банк привлек 112.6 млрд.манат избыточной ликвидности. Таким образом, 2003 год стал первым испытательным годом для НБА в плане стерилизации. А с 6 сентября 2004 года НБА начал выпускать краткосрочные ноты на суммы 300 млрд. ман. В течение 2004 года были проведены 11 аукционов и, проводилась стерилизационные операции на суммы 182.2 млрд.ман.

Оценка влияния теневой экономики на экономическое развитие

Артемова Наталья Анатольевна

аспирантка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: nart@pisem.net

Взаимодействие макро- и микроэкономических причин теневой экономической активности обуславливает формирование специфической побудительной среды, которая порождает конкретные формы и масштабы существования теневой экономики.

Анализ существующих подходов к последствиям теневой экономической активности позволяет выделить экономические и внеэкономические последствия. К внеэкономическим последствиям относятся влияние на состояние природной среды, расширение терроризма, снижение доверия к институтам власти, формирование психологии асоциального поведения, деформацию культурного пространства и др. Экономическими последствиями теневой экономики являются, прежде всего, непосредственное влияние на темпы и качество экономического развития, деформация структуры экономики и влияние на эффективность макроэкономической политики в условиях неадекватности системы экономических показателей.

При этом следует отметить комплексность влияния выделенных последствий теневой экономики, поскольку темпы и качество экономического развития детерминированы не только непосредственными искажениями функционирования рыночного механизма и инвестиционного процесса, но также деформацией структуры экономики, адекватности макроэкономической политики и внеэкономическими факторами.

В экономической литературе нет единого мнения относительно комплексного влияния теневой экономической активности на экономическое развитие. Существуют концепции, утверждающие, что наличие теневой экономики сдерживает темпы экономического роста. В соответствии с данным подходом, сокращение теневой экономики обусловит увеличение налоговых доходов государства, увеличение государственных расходов на повышение качества общественных благ, что приведет к расширению производства и экономическому росту. Также существуют концепции, доказывающие наличие позитивной связи между развитием теневой и формальной экономики, которые основываются на положении, что теневая экономика является более конкурентной, чем формальная, и поэтому рост теневой экономики обеспечит достижение более высоких темпов экономического роста в целом.

Принято выделять три основные позитивные функции теневой экономики в рыночном хозяйстве [1]: «экономическая смазка» — сглаживание перепадов в экономической конъюнктуре при помощи переливов ресурсов между формальной и теневой экономикой; «социальный амортизатор» — гашение нежелательных социальных издержек; «встроенный стабилизатор» — теневая экономика стимулирует развитие формальной экономики. Эмпирические исследования показывают, что более 66% теневых доходов расходуются непосредственно в формальном секторе экономики, что оказывает позитивное влияние на развитие производства в формальном секторе, стимулируя экономический рост и обеспечивая получение дополнительных (косвенных) налогов. При этом эмпирически доказано, что теневая экономика оказывает позитивное влияние прежде всего вследствие увеличения расходов населения на приобретение товаров длительного пользования [2].

Однако, несмотря на существование отдельных позитивных последствий, при значительных масштабах теневая экономика оказывает негативное комплексное воздействие на формальную экономику. Существование теневой экономики обуславливает деформацию рыночной структуры и рыночного поведения, снижая эффективность рыночного механизма и блокируя стимулы к инновационному развитию.

Влияние теневой экономики на рыночную структуру проявляется в деформации размеров и собственности предприятий в сравнении с ситуацией совершенной конкуренции в условиях отсутствия теневой экономической активности. Влияние теневой экономики на рыночное поведение проявляется прежде всего в деформации процесса ценообразования. Изменение рыночной структуры как результат развития теневой экономики оказывает воздействие на эффективность экономики посредством влияния на эффективность распределения и использования ресурсов, распределения доходов, инвестиционный процесс. В целом, результаты влияния на режим конкуренции теневой экономики являются негативными и зависят от степени конкуренции между предприятиями теневого и формального секторов экономики.

Помимо деформации рыночной структуры и поведения, обуславливающих снижение эффективности функционирования рыночного механизма, важным последствием развития теневой экономики является деформация структуры экономики, которая проявляется в изменении структуры денежной массы и отраслевой структуры, деформации системы общественных финансов. Изменение структуры денежной массы, обусловленное существованием теневой экономической деятельности, проявляется в непропорционально высоком удельном весе денежного агрегата М0 ввиду высокой потребности в использовании наличных денежных средств для проведения теневых расчетов. Деформация структуры выпуска в экономике в целом происходит вследствие более интенсивного развития финансового и торгово-посреднического секторов в сравнении с реальным. Деформация системы общественных финансов проявляется как в доходной, так и в расходной сферах: с одной стороны, снижается эффективность фискальной политики государства, а с другой — происходят негативные изменения в качестве и объеме производства общественных благ. Деформация системы производства общественных благ уменьшает стимулы экономических агентов к функционированию в формальной экономике и расширяет сферу уклонения от налогов. Увеличение налогового бремени в данных условиях, вероятнее всего, не позволит достичь соответствующего роста налоговых поступлений и обусловит возникновение «эффекта спирали», когда рост налогового бремени стимулирует уклонение от налогов, уменьшая бюджетные доходы и снижая качество общественных благ, что снижает стимулы функционирования в формальной экономике и т.д. Кроме того, в условиях существования теневой экономики система основных макроэкономических показателей не позволяет оценить реальные масштабы экономических явлений, снижая эффективность макроэкономической политики [3]. Это во многом обусловлено деформацией институциональной структуры, которая рассматривается как многоуровневая система макро-, мезо-, микро- и наноинститутов, предопределяя реакцию экономических агентов на изменения внешней среды [4].

Таким образом, несмотря на существование отдельных позитивных последствий, при значительных масштабах теневой экономической активности ее комплексное влияние на формальную экономику и экономическое развитие в целом является негативным: снижается эффективность рыночного механизма, деформируется отраслевая и рыночная структуры, система общественных финансов, в условиях отсутствия адекватной системы экономических показателей снижается эффективность макроэкономической политики.

Литература

- [1] Cassel D., Cichy U. The Shadow and Economic Policy in East and West: A Comparative System Approach // In: The Unofficial Economy. Consequences and Perspectives in Different Economic Systems. Gower, 1987.
- [2] Enste D., Schneider F. Increasing Shadow Economies all over the World — Fiction or Reality? // IZA Discussion Paper, 1998, №26.
- [3] Tanzi V. Uses and Abuses of Estimates of the Underground Economy // Economic Journal. — 1999. — №109 (456).
- [4] Глинкина С., Клейнер Г. «Высветление» экономики и укрепление национальной безопасности России // Российский экономический журнал. — 2003. — №5–6.

Денационализация денег
Афанасьева Мария Алексеевна
студентка

Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия
E-mail: maria182@mail.ru

Денационализация денег — важнейшая проблема теории денег, которая сейчас активно обсуждается ведущими экономистами. В настоящее время как форма частных денег функционируют электронные деньги. Но налицо недостаток теоретической базы по проблеме денационализации денег. Наиболее видной и фундаментальной в этой области является книга Ф.Хайека «Частные деньги». Несмотря на то, что деньги преодолевают пространственные границы и конкурируют между собой, общество до сих пор верит в миф о неизбежности монополизации денег государством.

Удивительно то, что до Хайека конкуренция валют не обсуждалась экономистами. Конкурентные параллельные валюты были придуманы как средство предотвращения приступов острой инфляции и дефляции. Отмена государственной монополии на выпуск денег должна дать людям лучшие, более надежные деньги. Правительство, как и любое частное лицо, не должно иметь права (по крайней мере, в мирное время) брать все, что захочет, а должно быть строго ограничено теми средствами, которые отданы в его распоряжение представителями народа [2]. Государство законодательно устанавливает законное платежное средство, но в действительности оно выгодно государству, т.к. делает законным лишь один вид денег, позволяя правительствам пользоваться всеми преимуществами государственной монополии. Национальная денежная единица играет роль политического символа и повышает чувство «национальной тождественности» [3]. Монополия на эмиссию — потенциальный источник дохода, сеньоража (или «инфляционного налога»). И, наконец, национальная денежная единица является инструментом регулирования макроэкономической составляющей экономики. Преимущества одновалютности очевидны. Она устраняет неопределенность, связанную с обменными курсами, снижая операционные затраты. Однако государственная монополия имеет ряд недостатков. По Хайеку, современная кредитно-денежная система западных стран характеризуется высокой нестабильностью, которую пытаются преодолеть, причем крайне неэффективно, путем административного регулирования. Эта нестабильность внутренне присуща денежной системе с государственной валютой. Ее основная причина состоит в резком ослаблении «иммунного» рыночного механизма конкурентной проверки и выбраковки принимаемых частными банками решений.

Как говорил Хайек, истина состоит в том, что *legal tender* есть просто дозволенное законом средство заставить людей принимать в уплату по контракту что-то, что они не собирались принимать, когда заключали контракт. Это противоречит самой природе денег, так как деньги призваны облегчать, удешевлять и совершенствовать обмен. В одновалютных системах качество денежной продукции контролируется государственным органом, а в системе частных денег — конкуренцией. И этот метод был бы бесконечно дешевле, чем накопление и хранение материалов, представляющих ценность.

Устранение монополии правительства на деньги может привести к излечению четырех болезней экономики: инфляции, нестабильности, недисциплинированной политики госрасходов и экономического национализма. За внедрение частных денег ратует и Б.Литаер [5]. Он предлагает выпустить новую конвертируемую валюту, в которой сочетает две концепции: купона с маркой и валюты, обеспеченной товарной корзиной. Купон с марками содержит нагрузку в виде отрицательного процента в качестве платы за пользование. Эта плата стимулирует держателя валюты не копить ее. Возникает цепная реакция сделок, которые иначе произошли бы намного медленнее. Это означает резкое и немедленное укрепление местной занятости без вмешательства центра и без создания нового местного или государственного долга. Центральный банк

страны гарантирует поставку товарной корзины, но свободен при поставке в выборе любого сочетания включенных в нее предметов потребления.

Исчезновение национальных денег уже началось в Европе, где евро под контролем единого европейского центрального банка заменяет национальные валюты. Однако здесь процесс идет в обратную сторону. Национальные деньги сменяются не частными, а наднациональными, еще больше усиливая процессы глобализации. В роли частных денег сегодня выступают системы местных валют (СМВ), которые рассматриваются как начальный этап внедрения частных денег в экономику, когда они обращаются параллельно с государственными деньгами. СМВ — это организованные и управляемые общинами системы обмена произведенных внутри общины товаров и услуг с использованием беспроцентной валюты, обращение которой ограничено географическими пределами местности или общины. За последние 20 лет СМВ утвердились примерно в 35 странах.

Сущность и идеологию СМВ отражает местная валюта — «Итакские Часы», созданные П.Гловером. Идея Гловера проста: члены сообщества могут заработать локально эмитированные деньги, предоставляя товар или услугу [4]. Часы отличаются от долларовой валюты тем, что их можно заработать только трудом, то есть они задуманы, чтобы их тратить, а не инвестировать, и никакие проценты на Часах не зарабатываются [4]. Часы имеют огромный успех: местная торговля уже на сотни тысяч долларов совершается полностью вне долларовой системы, и эти деньги остаются в общине. Если деньги не покидают общину, ТНК не захотят иметь дело с этим регионом, оставив местному бизнесу поле для деятельности [1]. К числу местных валют можно отнести также LETS, ROCS, Time Dollars и др. Сегодня частные деньги представлены и в Интернете. Наибольшую ценность представляют деньги с золотым обеспечением. Е-золото (e-gold) — это электронная валюта, выпускаемая корпорацией e-gold Ltd и обеспеченная на 100% задепонированным золотым слитком. Счетной единицей для е-золота является не национальная валюта, а вес металла. Е-золото идеально подходит для международных операций. Система конфиденциальна: для совершения сделки требуются лишь номера счетов отправителя и получателя средств. Аналогично действует система GoldMoney. Опыт внедрения местных валют дает людям возможность понять, что деньги могут исходить не только от государства.

В дальнейшем декретные деньги могут лишиться статуса законного платежного средства и функционировать наравне с валютами, выпускаемыми частными эмиссионными учреждениями.

Литература

1. Генкин А.С. Итакские «Часы» — местная валюта штата Нью-Йорк // Банковское дело, 2001, №7.
2. Хайек Ф. Частные деньги (www.inme.ru/previous/hayek.htm).
3. Cohen B. Electronic Money: New Day or False Dawn? Life at the Top: International Currencies in the 21st Century (www.polsci.ucsb.edu/faculty/cohen/inpress/top.html).
4. Glover P. Money: Understanding and Creating Alternatives to Legal Tender (www.ithacahours.com/0202.html).
5. Lietaer B.A. Community Currencies: A New Tool for the 21st Century (www.transaction.net/money/cc/cc01.html).

Финансовые потоки и эволюция товарных рынков

Ащаулов Михаил Сергеевич

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: fusion@mail.ru

Известный факт №1: «появление качественно новых товаров влияет на финансовые потоки». Рассмотрим в качестве условного примера город, где в течение

длительного времени продаются продукты всего трёх типов: хлеб, соль и спички. Никаких потрясений (экономических, военных и пр.) город не испытывает и поэтому объёмы торгов этими товарами стабильны. Соответственно стабильны и финансовые потоки, их обслуживающие. Теперь представим себе, что в городе в продаже появился новый товар. Поскольку объёмы производства в этом городе не изменились, очевидно, что часть средств, прежде тратившихся на приобретение традиционных товаров, будет направлена на приобретение нового. Значит, объёмы торгов традиционными товарами несколько уменьшаться. Причем объёмы продаж нового товара претерпят период спекулятивного спроса, прежде чем в городе в части розничных продаж наступит равновесие. Но теперь уже финансовые потоки будут распределены иначе, чем прежде.

Известный факт №2: «новый товар порождает линейку себе подобных товаров, так возникает новый рынок». Если в таком городе ранее торговали белым и чёрным хлебом, йодированной и обычной солью, спичками для камина и для кухни, то естественно после появления нового товара появятся подобные ему и так же найдут своего покупателя. Период спекулятивного спроса будет, скорее всего, редуцирован, зато несколько новых похожих друг на друга товаров выпустить проще, чем один принципиально новый. Таким образом, в городе появляется новый рынок, причём при появлении линейки товаров так же происходит перераспределение финансов. Итак:

Известный факт №3: «новый рынок влечёт изменения в финансовых потоках». Помимо того, что новая линейка товаров оттягивает на себя часть средств непосредственно от потребителей, новый рынок и его инфраструктура обзаводятся своими финансами, которые их обслуживают. Участникам же рынка выгодно, чтобы деньги двигались определённым образом; они пытаются влиять на жизненный цикл рынка, его развитие и на его приемников в смысле будущих «новых» товаров: здесь имеется в виду смена технологических поколений рыночных продуктов. Таким образом, новый рынок влияет на те финансы его профессиональных участников, которые ранее обслуживали другие нужды; или даже заставляет изыскивать новые под свои интересы (брать займы, например).

Авторский вывод: «Финансовые отношения стимулируют возникновение новых товаров». Да, действительно, если бы в соседнем городе у населения было больше сбережений, то вероятность проникновения на его рынок новых товаров была бы выше, чем в городе, который мы рассматривали в качестве примера. Обобщая, можно сказать, что фундаментальное накопление средств в обществе сопряжено с появлением новых товаров в стране. Достаточно очевидно, что на больших промежутках времени могут быть даже законы и критерии, выражающиеся, на пример, в соотношениях производственного и финансового капитала, позволяющие понять не только когда новый товар появится где-то, но, возможно, и где он появится впервые.

**Глобализационная составляющая интеграции
национальной экономики в мировое хозяйство**
Безуглая Любовь Анатольевна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: belokrylova@mail.ru

Глобализация международной жизни — новое явление, охватывающее все области человеческой деятельности. В настоящее время совершенно очевидна тесная взаимосвязь разнообразных сфер жизни мирового сообщества. От отдельных проблем его развития, получивших название глобальных, мировое сообщество приходит к глобализации всей человеческой деятельности, в т. ч. международных отношений, мирохозяйственных связей.

Глобализация мирохозяйственных отношений — новое явление, а не новое название существовавшего процесса интернационализации. Это, прежде всего, означает, что практически любая акция в сфере международных экономических отношений не может не учитывать внеэкономические факторы, и даже более того — нередко её осуществление (или неосуществление) определяется именно ими. Глобализация пронизывает все уровни мирохозяйственных отношений — от микро- до мегауровня. Возникает практическая необходимость учета глобализации на каждом из этих уровней, что предопределяет эффективность хозяйственной деятельности, как в национальных рамках, так и на международном уровне.

Экономическая глобализация в зависимости от целей субъектов международных экономических отношений может реализоваться в следующих формах: глобальной экспансии, в которой логика экономических процессов нарушается в целях ускорения и масштабности территориального распространения результатов мирохозяйственной деятельности; глобального взаимопроникновения, где пространственные и временные масштабы расширения хозяйственной деятельности за пределы национальных экономик ограничиваются необходимостью полноценного и комплексного развития экономических субъектов страны-реципиента капитала. Глобальное взаимопроникновение как эффективная форма экономической глобализации представляет собой экономическое сотрудничество с целью сохранения национальных хозяйственных культур, расширения долгосрочных мирохозяйственных связей и т.д., требующих оценки возможностей такого сотрудничества по широкому спектру критериев. Глобальная экспансия усиливает разрыв в экономическом развитии между глобальным центром и глобальной периферией, в то время как глобальное взаимопроникновение его сокращает.

Следует также отметить, что глобализационная составляющая динамики мировой экономики реализуется в положительных и негативных эффектах глобализации. Положительные эффекты современной экономической глобализации проявляются в устранении национальных барьеров на пути движения товаров и услуг, капиталов, технологий и информации, быстрой концентрации ресурсов и прав собственности у экономических субъектов, располагающих конкурентоспособными технологиями производства и его организации, что позволяет снижать издержки и увеличивать общее благосостояние мирового сообщества. Негативные стороны глобализации состоят в том, что подобная либерализация торгово-финансовых отношений, концентрация ресурсов и прав распоряжения ими тормозят саморазвитие экономических субъектов глобальной периферии. Однако даже негативный сценарий глобализации для развивающихся стран является более предпочтительным, чем замкнутость экономики, опирающейся на внутренние источники развития и детерминирующей в долгосрочном периоде стагнацию национального хозяйства.

Роль глобализационной составляющей в рациональной интеграции национальной экономики в мировую проявляется в росте воздействия внешнеэкономических (транснациональные корпорации и банки) и внешнеполитических (национальные и наднациональные финансовые, торговые, политические и др. организации, объединения и группировки) субъектов на динамику развития национального хозяйства. С одной стороны, внешние субъекты размещают свои материальные и нематериальные активы с целью повышения своей конкурентоспособности и эффективности, проявляющейся в максимизации прибыли, тем самым укрепляя ресурсную и производственную базу принимающих стран, расширяя их экспортные возможности и модернизируя экономику, а с другой стороны, действия мощных международных институтов способствуют снижению торговых барьеров, универсализации и унификации национальных социально-экономических институтов, что позволяет вытеснить местных товаропроизводителей с внутреннего рынка, повышает вероятность деградации отдельных национальных производств и целых отраслей, снижает степень экономической безопасности национального хозяйства.

**Перспективы развития стратегических альянсов в России
на фоне последних тенденций в области слияний и поглощений**

Билеткина Ольга Сергеевна

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Россия

Студента

E-mail: Olga_Biletkina@list.ru

В 2004 г. по сравнению с 2003 г. сумма сделок по слияниям и поглощениям в России увеличилась на 20% и составила \$22,9 млрд, количество сделок достигло 239, что больше показателя 2003 г. на 33%. Лидерами по M&A активности в 2004 г. оставались нефтегазовый сектор, пищевая, транспортная, телекоммуникационная отрасли.

По-своему знаковой тенденцией является уменьшение размеров сделок: только 30 из 239 сделок в 2004 г. являются крупными (более \$100 млн), на них приходится около 80% всего объема российских сделок. При этом, средний размер сделки снизился по сравнению с 2003 г. на 10% и составил \$97 млн. Если исключить из рассмотрения крупнейшую в российской практике сделку по продаже 76.79% «Юганскнефтегаза» за \$9.35 млрд, данный показатель составил бы \$58 млн, что на 50% меньше 2003 г.

Подобная тенденция является прямым следствием усиления активности средних по величине компаний, что, с одной стороны, свидетельствует о положительной динамике развития малых и средних российских предприятий, необходимости привлечения внешнего капитала для финансирования инвестиционных проектов, о росте их привлекательности. В 2004 г. количество выставленных на продажу средних и малых компаний выросло почти в 2 раза и превысило 5 тыс., при этом число завершенных сделок в этом сегменте возросло более чем в 3 раза. Положительной тенденцией является и то, что инвесторы снижают свою оценку риска капиталовложений: средняя доходность инвестиций в покупку компаний немного снизилась (до 65%), а требуемые сроки окупаемости – увеличились.

С другой стороны, рост инвестиционной активности малых и средних компаний связан с тем, что для них не так страшны «олигархические» риски, связанные с переделом собственности, государственным вмешательством и т.д. Опасаясь подобной практики, иностранные компании, намеревающиеся приобрести в собственность бизнес в России, строят свои взаимоотношения в первую очередь с государством, а не с менеджментом. Фактически, государство выходит на первый план и становится ключевым игроком на рынке, не только как контроллер, но и как активный участник. Так, крупнейшие сделки в 2004 г. происходили либо с прямым, либо с косвенным участием государства, в частности упомянутая выше продажа «ЮНГ» за \$9.35 млрд, связанная с ней продажа «Роснефтью» 69% «Севморнефтегаза» «Газпрому» за \$1.7 млрд, продажа менеджментом и государством 58.65% «Ижсталь» ОАО «Мечел» за \$300 млн и др. В результате, несмотря на позитивные сдвиги в качестве и привлекательности самого «товара» – российских предприятий, в особенности малых и средних, эксперты и факты говорят об ухудшении предпринимательского и инвестиционного климата в России, вызванном негарантированностью прав собственности, а также неблагоприятной ситуацией на валютном рынке.

Встреча Президента РФ 24 марта 2005 г. была призвана добавить оптимизма общему настрою рынка. Фактически, Президент говорил о необходимости обеспечения прозрачных, предсказуемых условий работы предпринимателям, упрощении правил сбора налогов и ограничения налоговых проверок. Важным фактором стало предложение по сокращению сроков давности по приватизационным сделкам с 10 до 3 лет как шаг на пути к обеспечению стабильности. Кроме того, речь шла и о поддержке государством зарубежной экспансии отечественного бизнеса, поощрении стремления крупных российских компаний «вырасти до уровня транснациональных групп».

В действительности, намерения Президента поддержать «отток капитала за рубеж» отражают тенденции последнего времени. Российские предприниматели начали осуществлять активную экспансию в страны СНГ: в 2004 г. было заключено 19 сделок со странами СНГ и Прибалтики на общую сумму \$921 млн. Инвестиции российских компаний в Европейские и американские предприятия составили \$472 млн (всего 11 сделок).

Заявленная программа Президента является неминуемой ответной мерой на реакцию рынка и спад инвестиционной активности, прежде всего, со стороны зарубежных компаний. В пользу последнего свидетельствует факт стремительного сокращения количества трансграничных (cross-border) сделок по покупке российских компаний иностранцами: в 2004 г. на 25 подобных сделок приходится всего лишь 4% от общего объема сделок. По прогнозам аналитиков, в 2005 г. количество подобных «отчаянных» инвесторов станет еще меньше, а роль государства на рынке M&A станет еще более значимой.

В свете вышесказанного, а также ввиду неопределенности относительно будущей реализации президентских намерений, очевиден риск начала стагнации внутреннего рынка по причине ухудшения инвестиционного климата и предпринимательской активности, недостатка недорогого долгосрочного финансирования инвестиционных программ российских компаний. Жизненной альтернативой традиционным слияниям и поглощениям могут стать совместные предприятия и стратегические альянсы.

Фактически, компании, вступающие в подобное сотрудничество, преследуют те же цели, что и прибегающие к слияниям. Важным преимуществом является то, что даже в условиях недостаточности капитала, развивающееся предприятие способно открыть для себя новые рынки, финансировать НИОКР, внедрять и продвигать новые продукты. Установление долгосрочных «партнерских» отношений между двумя или несколькими компаниями обеспечивает доступ к дополнительным ресурсам и активам, таким как технология, менеджмент, брэнды, система дистрибуции, знание рынка и потребители. Кроме того, разделяя риски и затраты, компании получают возможность работать одновременно в нескольких направлениях, добиваясь таким образом операционного и финансового успеха.

Ключевыми преимуществами альянсов по сравнению с традиционными сделками M&A являются:

- возможность получения доступа к стратегически важным активам и ресурсам при отсутствии необходимости дополнительных выплат и премий акционерам и менеджменту, а также получение только «нужных» активов;
- ускорение процесса достижения синергии за счет экономии финансовых и временных ресурсов, направленных на облегчение интеграции, «срастания» компаний, в особенности, персонала и менеджмента предприятий-партнеров;
- относительно более низкий риск в случае неверной оценки конкурентной ситуации на рынке или неверных прогнозов развития рынка.

Таким образом, в условиях существующей, с точки зрения многих инвесторов, незащищенности прав собственности в России, альянсы могут получить значительное развитие как альтернативный способ стратегического сотрудничества и интенсивного развития бизнеса.

В России первые альянсы и СП стали создаваться в начале 1990-х гг., причем инициаторами подобного сотрудничества практически всегда были иностранцы. Но низкая культура рыночных взаимоотношений, а попросту воровство, несоблюдение условий контрактов, а также несовершенство законодательной базы в тот период способствовало быстрому угасанию интереса со стороны иностранных партнеров.

Серьезный сдвиг в практике стратегического сотрудничества произошел в середине 1990-х гг. Причем в данном случае инициаторами альянсов становились именно российские автомобильные предприятия. Сложившаяся на тот момент ситуация

на отечественном авторынке в целом способствовала созданию СП с крупнейшими западными концернами. Дальнейшее развитие альянсы получили в пост-кризисный период (после лета 1998 г.). В начале 2000-х гг. так называемые «кризисные» альянсы начали постепенно приобретать традиционные черты, характерные для западной модели партнерства. Российская специфика создаваемых альянсов заключается в том, что большинство из них носят «маркетинговый» характер и направлены на совместное продвижение и сбыт товаров и услуг. Технологическое же сотрудничество пока слабо представлено на российском рынке. Эффективным примером могут служить автомобильные консорциумы с западными производителями, ряд проектов в нефтегазовом секторе, а также немногочисленные совместные проекты в области электроники. Сложившаяся ситуация на российском рынке может способствовать развитию и углублению стратегического сотрудничества компаний.

Проблемы становления отечественного рынка информационных услуг

Бжекиев Анзор Русланович

аспирант

Кабардино-Балкарский государственный университет, Нальчик, Россия

E-mail: kaukas@rambler.ru

Учитывая важность рынка информационных услуг в современной экономике, рассмотрим проблемы его формирования в России. Анализ развития отечественного рынка информационных услуг показывает четко выраженный поступательный характер этого процесса. Вопреки общепринятому мнению, начальный этап зарождения рынка информационных услуг в бывшем СССР приходится не на начало 1990-х годов, а на более ранний период. Предпосылки к обозначению информации как товара, заложенные в характере ее формирования, обработки и потребления в сочетании с высоким потребительским спросом, долгое время реализовывались в латентной форме.

За информацию платили всегда, только в условиях административно командной системы этот процесс протекал по правилам «черного рынка», а, порой искусственно созданный, дефицит достоверной информации служил источником дохода определенной части населения. На смену латентного этапа функционирования рынка информации в середине 1980-х годов пришел хозрасчетный, который преследовал две основные цели – активизировать экономическую деятельность в стране через повышение заинтересованности работников (в том числе и в сфере информационных услуг) и заложить основы самофинансирования в стране.

В результате начавшегося более пятнадцати лет назад процесса реформирования России во многих областях деятельности начались нескоординированные работы и хаотичные процессы по созданию информационных технологий, которые определялись оперативным, а зачастую и потенциально платежеспособным спросом. При этом в стране практически полностью прекратились крупномасштабные и системные работы, традиционно ранее выполнявшиеся за счет бюджетного финансирования.

Несмотря на слабую развитость этих процессов, положительными результатами этого периода можно считать формирование сети поставщиков и потребителей информации, включение информации и информационных услуг в сферу товарно-денежных отношений и формирование основ международной кооперации в развитии информационной инфраструктуры.

Рассматривая роль государственного органа, призванного курировать развитие рынка информационных услуг, можно говорить о том, что за государством остается главная регулирующая функция: нормативно-правовое обеспечение деятельности рынка, контроль за его соблюдением и организация решения наиболее важных инфраструктурных проблем функционирования. Очевидно, что решение этой

регулирующей задачи невозможно без систематического мониторинга состояния рынка, выявления его тенденций и проблем, сдерживающих его развитие.

В интересах дальнейшего анализа выделим среди информационных потребителей две группы. К первой, наиболее многочисленной (по нашей оценке, 70% от общего числа реальных пользователей) отнесем рядовых потребителей, имеющих конкретный информационный запрос и довольствующихся неструктурированными ответами в виде справок небольшого объема. Представители второй группы, являясь профессиональными потребителями, требуют информацию, представляемую некоторым массивом данных, пригодным для дальнейшей его обработки. Такие потребители скорее хотели бы получить прямой доступ к базе данных или некоторому ее подмножеству для использования в своей вычислительной среде. Отечественная практика демонстрирует наличие двух вариантов обслуживания таких информационных потребностей. В первом случае потребителю предоставляется информационный ресурс вместе с программной оболочкой, обрабатывающей его (примером тому являются все правовые информационные системы). В противоположном случае поставляются только базы данных, которые получатель должен суметь обработать имеющимися у него средствами.

Известно, что для полноценного использования баз данных необходимо знать их структуру и семантику, решать вопрос о необходимости разработки некоторых стандартов формирования информационных массивов. Решение этой ответственной задачи, несомненно, требует значительного организационного и научно-технического начала, что затруднено в рамках самоорганизации информационного рынка.

Необходимо также выделить проблему отсутствия ценовой политики на информацию. К сожалению в нашем обществе плохо изживается мнение, что информация дешево стоит. Особенно это проявляется в отношениях между органами управления различных уровней.

С другой стороны, слабая правовая обеспеченность этого вида имущества не способствует ликвидации информационного пиратства, которое серьезнейшим образом влияет на рентабельность производителей информации и на уровень их активности.

Среди технологических проблем, сдерживающих развитие данного сегмента рынка, выделим низкое качество каналов связи и высокие совокупные затраты на их использование. В результате практически нет систем, работающих в режиме непосредственного доступа. Отметим влияние языковых проблем, ограничивающих информационный рынок рамками России, а также затронем проблемы стандартизации и качества. Все факторы, сдерживающие развитие рынка информационных услуг, целесообразно сгруппировать следующим образом. 1) нормативно-правовые; 2) технологические; 3) отсутствие традиций рыночного хозяйствования; 4) организационные; 5) проблемы безопасности.

По признанию большинства специалистов, на современном этапе наибольшим количеством признаков информационного общества обладают развитые страны, где производство и потребление информации превратилось в индустрию, а производители и потребители действуют по рыночным законам. Однако уже можно констатировать, что и в России частично заложены основы информационной инфраструктуры, созданы условия для институализации сферы информационной деятельности, услуг и рынка информационной продукции как особой отрасли национальной экономики.

Паритет производительности и переключение режима валютного курса

Боярин Станислав Витальевич

аспирант

Казахский экономический университет им. Т. Рыскулова, Алматы, Казахстан

E-mail: bsv@mail.kz

Определить и прогнозировать производительность факторов производства гораздо проще, чем цены и прямые затраты. Другими словами, мы можем сказать *что* и *сколько*

мы можем завтра произвести при имеющихся условиях довольно уверенно, но мы не можем точно сказать сколько это будет стоить на рынке в силу разных обстоятельств.

Если мы собираемся прогнозировать макроэкономику, то полагаться на изменчивость цен на рынках будет непредусмотрительно, так как это означает, что мы будем основываться на поверхностных явлениях. Для современной макроэкономики изменчивость цен не дает ровно ничего такого, что получил А.Маршалл в свое время.

Изменение производительности факторов производства в одной стране по сравнению с изменением производительности факторов производства в другой стране дает *паритет производительности*, который может применяться в отношении установления оптимального курса валюты и раскрытия механизма согласования открытых экономик в современном мире. Наш паритет производительности не одно и то же, что тезис Баласса-Самуэльсона [1], так как последний доказывает, что корзина товаров в странах с более высоким уровнем развития технологии стоит дороже, чем в странах с более низким уровнем технологического развития.

Скорость изменения производительности факторов реально обеспечивает сопоставимость экономических территорий, так как количество факторов производства ограничено и в большинстве случаев рассматриваются только два или три из них.

Недавнее исследование Разина А. и Рубенштейн Й. [2] доказало, что действующая практика применения режимов валютных курсов не дает такого эффекта для развития экономики, как практика переключения режима валютного курса. Не исключено, что некоторые страны могут воспользоваться возможностью переключения на другой валютный режим в целях достижения внутренней и внешней сбалансированности и экономического роста. Так, например, в результате переключения режима валютного курса с фиксированного на плавающий курс в Казахстане в апреле 1999 года удалось изменить тенденцию реального валютного курса тенге, избежать истощения золотовалютных резервов центрального банка, получить положительные значения сальдо текущего счета, увеличить приток инвестиций.

Однако, если, например, США в их нынешнем положении сменяют валютный режим, тот убытки остальных стран мира предположительно будут измеряться триллионами долларов в год. Сам факт того, что это исследование Разина А. и Рубенштейн Й. нашло интерес у руководства МВФ, подтверждает вероятность поисков некоторыми странами новых паритетов.

Учитывая, что МВФ призван обеспечить стабильность валютных отношений в мировом масштабе, в обеспечении региональной стабильности имеется большой пробел, хотя глобализация развивается в направлении именно международного регионального сотрудничества. Возможно, имеется необходимость в создании рабочей группы с привлечением специалистов из Европейского Союза и из стран Единого экономического пространства в целях написания Руководства по созданию валютных союзов.

Среди первоочередных мер для стабилизации международной валютной системы было бы разумно в Статье соглашений МВФ о свободном изменении режима валюты добавить фразу следующего содержания: «при условии согласования с остальными членами Фонда» и дополнить эту норму в целях исключения маневрирования понятием «переключение режима» пунктом примерно следующего содержания: «Страны-члены обязуются согласовывать с остальными членами Фонда подходы к определению паритета валют».

Литература

1. Шульгин А.Г. Валютный курс и международные финансы. Ч. 2. С. 5 (<http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2004/04/06/0000154062/03>).
2. Razin A., Rubinstein Y. Growth Effects of Exchange Rate Regimes and Capital Account Liberalization in the Presence of Crises: A Nuanced View // In: Festschrift in Honor of Guillermo A. Calvo. NBER, WP No. W10555.

Оценка факторов нововведений, вызванных спросом

Бутаков Артем Александрович

аспирант

Томский государственный университет, Томск, Россия

E-mail: butakov.art@mail.ru

Производство инновационного продукта требует как технологической модернизации, так и изменения количественных и качественных характеристик потребляемых оборотных средств. Процесс товарно-денежного обмена промежуточным инновационным продуктом является одним из факторов нововведений. Продуктовые инновации обычно требуют изменения качественных характеристик продуктов, используемых в качестве сырья, комплектующих, полуфабрикатов. То есть они обуславливают адекватные нововведения в смежных отраслях, вдоль технологической «цепочки», производящих компоненты продукта. Процессные инновации (прежде всего, приобретение оборудования) можно оценить по данным о структуре инвестиций.

Таблица коэффициентов прямых затрат [1, С. 112] отражает *текущие* затраты продукции смежных отраслей для производства продукции данной отрасли. Ее анализ позволяет количественно оценить связь продуктовых нововведений в данной отрасли промышленности и нововведений спроса (demand pull innovation) в других отраслях. Большая часть «цепочки» прироста стоимости находится внутри отрасли. Инновации в данной отрасли прежде всего иницируют продуктовые нововведения в подотраслях этой же отрасли. Тем не менее, остается возможность оценить *обратные* связи нововведений, то есть влияние нововведений на соответствующие инновации в других отраслях, стоящих на более низкой ступени в технологической цепочке. При анализе направления инициирования нововведений необходимо исключить затраты на электроэнергию и топливо. Производство инновационного продукта обычно не требует изменения их качественных характеристик (инноваций).

Продуктовые и процессные нововведения в черной металлургии требуют адекватной реакции (нововведений спроса) в первую очередь на предприятиях машиностроения и металлообработки (МСК) (коэффициент прямых затрат 22,9), химической и нефтехимической промышленности (ХНП) (7,5), цветной металлургии (42,8). Доля инновационной продукции черной металлургии в 1998-2001 гг. составляла 3,9% от общего объема производства [2, С. 414]. При этом инновации в течение рассматриваемого периода осуществлялись достаточно регулярно: коэффициент вариации средней не превышает 20%. Продуктовые нововведения в цветной металлургии должны иницировать аналогичные инновации в первую очередь в МСК (18), в ХНП (9,9), в некоторой степени — в черной металлургии (8,4). Доля инновационной продукции в общем объеме производства составляла в 1998–2001 гг. в среднем 1,8% и стабильно росла. Рост продуктовых нововведений на предприятиях ХНП должны вызывать соответствующую реакцию предприятий МСК (26,6), черной металлургии (27,2), цветной металлургии (14,1), также в ЛПК (24,1). Продукция топливной промышленности востребована здесь в первую очередь как сырье (45,6). Доля инновационной продукции составляла в течение четырех лет в среднем почти 7%, выпуск инновационной продукции был стабильным.

Продуктовые нововведения предприятий МСК иницируют нововведения спроса (если отвлечься от самого МСК) в первую очередь в черной металлургии (90,3), цветной металлургии (51,7), ХНП (36,3), ЛПК (7,3). Средняя доля инновационной продукции за четыре года составила более 8,6% при удивительной ее стабильности. Предприятия ЛПК требуют для промежуточного потребления продукцию МСК (39,6), ХНП (36,2), легкой промышленности (11), черной и цветной металлургии (8,9 и 8). Доля инновационной продукции предприятий ЛПК составляла 2,8% при невысоком коэффициенте вариации.

Продуктовые нововведения промышленности строительных материалов должны вызывать соответствующие инновации в первую очередь на предприятиях черной (61,9), цветной металлургии (10,5), ХНП (33,7), МСК (26,5), ЛПК (12,2). Инновационная активность данной отрасли находится на среднем уровне (или ниже среднего) и является неустойчивой. Инновации продукта легкой промышленности должны инициировать нововведения в первую очередь в ХНП (70,6), а также на предприятиях МСК (7,9). Доля инновационной продукции здесь находится на уровне ниже среднего, однако она является стабильной. Производство инновационной продукции предприятиями пищевой промышленности должно вызывать соответствующие инновации в ЛПК (15), ХНП (8,9), МСК (13). Инновационная активность в данной отрасли находится на уровне выше среднего. Доля инновационной продукции в общем объеме производства устойчива и относительно высока (2,9%).

Специфика продукта электроэнергетической отрасли не способствует воздействию и без того незначительных продуктовых нововведений на аналогичные инновации в других отраслях. Среди технологических инноваций здесь доминируют процессные, то есть связанные в основном с приобретением нового оборудования и технологий. Инновации продукта в топливной промышленности должны вызывать соответствующие нововведения на предприятиях ХНП (11,3), а также МСК (15,5). Затраты на продуктовые инновации на единицу создаваемого продукта гораздо менее значительны и менее стабильны, чем процессные.

Основная часть продукции таких отраслей, как пищевая, легкая, промышленность строительных материалов расходуется на конечное потребление. Поэтому инновации продукта в них обусловлены в первую очередь требованиями не промежуточного, а конечного спроса. Однако инновации в самих этих отраслях способны оказывать мультипликативное воздействие на инновации производителей промежуточного продукта.

Необходимо признать некоторую ограниченность такого подхода к оценке влияния продуктовых нововведений между отраслями. Характер имеющейся информации (коэффициенты прямых затрат) не позволяет определить их точное соотношение.

Другим важнейшим фактором нововведений, вызванных спросом, являются инвестиции. Влияние инвестиций на инновационные процессы во многом определяется структурой инвестиций. Инвестиции, связанные с приобретением техники (машины, оборудование, транспортные средства), очевидно, максимально инициируют инновационные процессы по сравнению с другими видами капиталовложений (здания, сооружения). Машиностроение является одной из наиболее инновационно-активных отраслей [2, С. 418]. Индикатором такого положения является то, что доля инновационной продукции в общем объеме производства данной отрасли является наиболее высокой и стабильной.

В результате оценочных расчетов было выявлено, что среди всех отраслей промышленности наименьшую долю инвестиций в машины, оборудование, транспортные средства имеют предприятия топливной промышленности (нефтедобывающая, нефтеперерабатывающая, газовая и угольная). Доля каждого рубля инвестиций этой отрасли, идущая на воспроизводство инновационных процессов, является наименьшей, она не превышает 28–29%. В то же время эта доля для таких отраслей как черная и цветная металлургия, химическая и нефтехимическая промышленность, промышленность строительных материалов приближается к 50%. Для машиностроения и металлообработки — находится на уровне около 60%. А для пищевой промышленности — превышает эту величину.

Инновационная пассивность, объективно присущая топливной промышленности, является, видимо, принципиальным препятствием для инновационного развития российской экономики. Для реализации своих инвестиций топливная промышленность отнимает ограниченные ресурсы. В 2002 году компании топливной промышленности произвели 48,3% всех инвестиций промышленности [3, С. 27]. Кроме этого, почти 40%

машин, оборудования и продуктов металлообработки было импортным [1, С. 50], т.е. инициировало зарубежные инновационные процессы.

Таким образом, структура российской экономики препятствует инновационным процессам. В результате, не используется в полном объеме потенциал промежуточного спроса, способный ускорить экономический рост. Кроме этого, неэффективно используется человеческий капитал страны. Получаемые знания применяются в инновационных процессах других стран.

Литература

1. Система таблиц «Затраты-выпуск» России за 2001 год. М.: Госкомстат России, 2004.
2. Промышленность России 2002. М.: Госкомстат России, 2002.
3. Инвестиции в России 2003. М.: Госкомстат России, 2003.

Причины возникновения и роста теневой экономики

Вакиляк Дмитрий Эдуардович

аспирант

Ярославский Военный Финансово-Экономический Институт

E-mail: wak4@yandex.ru

Экономические реформы в России привели к очень быстрым и драматическим изменениям в экономике. В течение короткого времени произошли значительные сдвиги в ее структуре, появился и очень быстро стал развиваться негосударственный сектор. Несовершенное и нестабильное законодательство, тяжелый налоговый пресс провоцируют многих предпринимателей уклоняться от уплаты налогов и скрывать от властей реальный размер производства и доходов. Теневая экономика в России достигла гипертрофированных масштабов: по официальным данным Госкомстата ее удельный вес в ВВП составил 25–50%. Речь идет уже не об отдельном теневом секторе, а о теневой составляющей в деятельности многих российских предприятий. Отличительной чертой теневых процессов явилось и то, что они не ограничились экономикой, а проникли практически во все сферы общественной жизни. Очевидно, что масштабы теневой деятельности не позволяют экономике нормально развиваться и создают угрозу национальной безопасности. Опасно, что само государство оказалось вовлеченным в теневую деятельность. Это проявилось в широкомасштабной коррумпированности чиновничества и формировании олигархических групп в результате слияния власти и капитала.

По данным международной организации Transparency International, ежегодно исчисляющей индекс коррупции, Россия прочно обосновалась в восьмом десятке из сотни стран. В исследовании коррупции Всемирного банка Россия поставлена на 47-е место из 50-ти стран (далее следуют лишь Колумбия, Боливия и Нигерия). Проблема коррупции характерна также для большинства бывших советских республик. Западные ученые разработали показатель коррумпированности бывших советских республик, отражающий процент фирм, которые прибегают к взяточничеству. Как считают на Западе, Россия «может гордиться» — в ней лишь 29,2% компаний регулярно дают и берут взятки. По поданным Госкомстата, прямые потери бюджета вследствие коррупции составили 20 млрд. долл. в год. Огромны масштабы морально-нравственного ущерба от теневой экономики. В 90-е годы фундаментальные ценностные ориентации населения существенно изменились, теневой образ жизни стал для значительной его части привычным явлением, а авторитет государственной власти значительно снизился. Согласно социологическим опросам, 42% граждан считают нормальным, если рядовой гражданин скрывает свои доходы от налоговой инспекции, 47% не против получать зарплату в конвертах, «черным налом».

Сгруппируем основные причины коррумпированности экономики, по шести направлениям: антропологические, экономические, социальные, правовые, социокультурные, политические (схема 1).

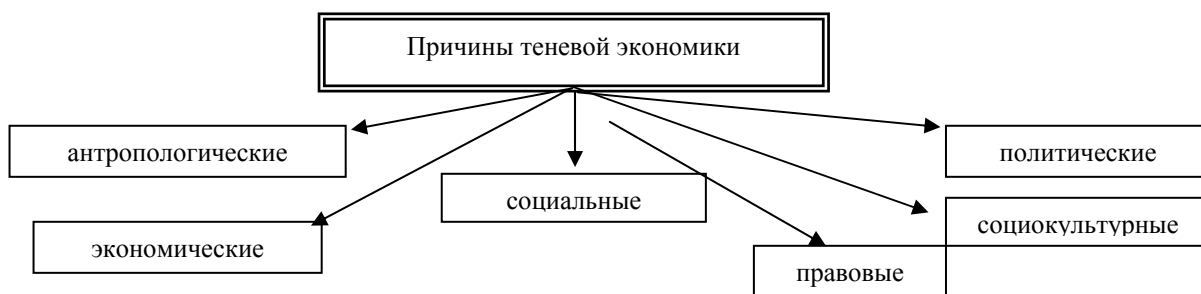


Схема 1. Причины возникновения теневой экономики

Проблемы нового этапа интеграции Латвии в еврозону

Ванагс Иварс Вилмарович

докторант

Латвийский университет, Рига, Латвия

E-mail: ivarsvanags@inbox.lv

2005 год обещает стать для европейского сообщества крайне трудным. Лидерам стран Европейского Союза и европейским структурам предстоит принять ряд судьбоносных решений. Для новых членов ЕС маастрихтские критерии будут означать больше проблем, чем для старых стран Евросоюза. Ведь будучи быстрорастущими экономиками новые государства ЕС вынуждены противостоять сравнительно высокой инфляции, которую в их положении нельзя снижать через снижение экономической активности. Проблема инфляции для Латвии будет актуальной — когда экономика стремительно растет, совершенно логично, что и цены тоже растут быстрее, чем в тех странах, где уровень экономического развития уже достаточно высок. Согласно заключенному соглашению новые страны ЕС не могут себе позволить инфляции более высокой, чем у трех стран ЕС с минимальным показателем роста цен плюс 1,5 процентного пункта. А учитывая, что сегодня этот европейский минимум составляет 1%, Латвия нельзя иметь инфляцию выше 2,5%. Разумеется, для растущих экономик это непросто. В начале года Центральное статистическое управление Латвии опубликовало данные прошлогодней инфляции — 7,3%. Это рекорд с 1997 года. В 2005 году для подобных антирекордов нет оснований, считает Банк Латвии и прогнозирует, что средний уровень инфляции потребительских цен в Латвии составит 4,5–5%. Как подчеркнул президент Банка Латвии Илмарс Римшевич, снижение темпов инфляции должно проявиться только к концу этого года, в то время как в начале года причин для ее роста предостаточно. В их числе и очередное повышение административно-регулируемых цен, и рост акциза, и повышение тарифов на газ.

С 2005 года латвийский лат привязан к евро по курсу 0,702804 лата за 1 евро. Привязка лата к евро произошла 30 декабря 2004 года на основе фиксируемых Европейским центральным банком мировых валютных курсов, рассчитав соотношение лата к евро по формуле курсов валют SDR. В момент привязки лата с SDR к евро Банк Латвии не проводил не ревальвацию, ни девальвацию национальной валюты. Курсы доллара США и других валют Банк Латвии впредь будет устанавливать, исходя из привязки лата к евро, курса евро и соотношения этих валют между собой. Таким образом, в дальнейшем курс лата к валютам, привязанным к евро, в частности, эстонской кроне или литовскому литу, останется неизменным, а в отношении к другим валютам, например, доллару США, могут произойти колебания.

Курс привязки лата к евро на данном этапе благоприятен для экономики Латвии. При расчете потенциальных плюсов и минусов необходимо учитывать, что во внешней торговле Латвии при расчетах используется и евро, и доллар США. Таким образом,

возможное влияние курса привязки на разные сферы народного хозяйства будет различным. По последним данным, поступления в евро в экспорте составляют 56%, в импорте — 58%, а в долларах соответственно 19% и 24%. Таким образом, число выигравших и проигравших от сравнительно низкого курса обмена лата в целом уравнивается. Хотя низкий курс лата по отношению к евро может привести к удорожанию ряда товаров, импортируемых из ЕС, высокий курс лата по отношению к доллару снижает цены товаров, импортируемых в долларах, и этим существенно сокращает общее влияние курса валют на уровень потребительских цен.

С января 2005 года Банк Латвии будет обеспечивать колебания курса обмена лата и евро в размере плюс-минус 1% от вышеназванных 0,702804 Ls/EUR. Ранее, начиная с 1994 года, Банк Латвии в принципе делал то же самое с той лишь разницей, что лат был привязан к расчетной единице Международного валютного фонда SDR по курсу 0,7997 Ls/SDR. Это означает, что сохранится прежняя ширина коридора колебаний лата по отношению к валюте привязки, что понятно и обычно для финансового рынка. Поэтому фактически не изменится и фиксированный режим валютного курса, который хорошо послужил Латвии — небольшой и открытой экономике. В свою очередь амплитуды роста и падения доллара значительно возрастут. Теперь вплоть до полной замены наличных латов на евробанкноты и евромонеты, которая намечена на 2008 год, курсовая стоимость двух валют должна сохраняться практически неизменной. Таким образом, сделан очередной шаг к полному переходу на наличный евро. Для введения наличного евро Латвии необходимо вступить в международное соглашение ERM II. Однако высокая инфляция может отсрочить отмену лата и введение евро на неопределенное время.

Латвийские соседи — Литва и Эстония, присоединившиеся к механизму валютных курсов ERM II в июне 2004 года, — обогнали Латвию. Опыт Литвы и Эстонии, перенесшей аналогичную процедуру, показывает, что особых потрясений не было. В этом плане гораздо более проблемным с точки зрения инфляции может оказаться 2008 год, когда планируется ввести наличный евро.

По прогнозам Банка Латвии, рост ВВП в 2004 г. составит 8,5%. Однако определенные опасения вызывает структура обеспечивающих рост ВВП отраслей народного хозяйства. В конце 2004 года, например, наметилось торможение темпов роста объема промышленного производства, который во втором полугодии был в среднем вдвое ниже общего прироста ВВП, а прирост в строительстве, торговле и сфере коммерческих услуг опережал общий прирост ВВП, причем зачастую в реальном выражении он характеризовался двузначными числами. Это свидетельствует о преобладании сильного внутреннего спроса, что в краткосрочный период обеспечивает быстрый рост.

Однако развитие потребления не может обеспечить достаточно стабильный рост в более продолжительный период времени без соответствующего и устойчивого развития производства. Центральный банк Латвии считает что нужно ограничивать внутренний спрос, а он частично стимулируется доступными кредитными ресурсами банков. То есть проблема никуда не исчезла, и вопрос влияния центробанка на темпы кредитования будет актуален и в этом году. Здесь у Банка Латвии инструментов не так уж много, и один из наиболее действенных, согласно теории, — увеличение ставки рефинансирования, которая, в свою очередь, вызовет удорожание кредитных ресурсов. Однако пока Банка Латвии решил оставить ставку рефинансирования на прежнем уровне — 4%. В 2004 году она была повышена дважды по 0,5% пункта. Следует заметить, что многие специалисты довольно скептически оценивают желание Банка Латвии таким образом влиять на ограничение внутреннего спроса, поскольку доля латовых кредитов в латвийских банках очень невелика, и в основном спрос на кредиты формируют банковские предложения в долларах и евро. Более того, чтобы оказать хоть какое-то влияние на кредитный спрос, который и формирует предложение, Банку Латвии следовало бы радикально повысить ставку рефинансирования, вплоть до 5–6%.

Проблема развития игорного бизнеса в России

Винокурова Ольга Евгеньевна

студентка

Чебоксарский кооперативный институт Центросоюза РФ, Чебоксары, Россия

E-mail: margoshka85@mail.ru

В нашей стране первые игровые автоматы появились в середине 1980-х гг., причем это были довольно примитивные и устаревшие автоматы, ввезенные из-за рубежа. В начале 1990-х гг. в России стали появляться первые фирмы, которые занимались производством игровых автоматов. Следующее поколение игровых автоматов появилось в стране в середине 1990-х гг. Приблизительно в это же время возникают крупные операторы, которые могли себе позволить устанавливать и использовать современную дорогостоящую технику.

Современные игровые автоматы можно разделить на две категории:

- Первая — это автоматы типа АWP (это условное обозначение, еще их называют уличными автоматами)
- Вторая — игровые автоматы для казино (их отличает мощность, стоимость, время игры, соотношение ставки к максимальному выигрышу).

За последние годы в России игровые автоматы стали весьма популярны. К тому же многие факторы способствуют развитию игорного бизнеса в России: строгих запретов на азартные игры в России нет, существующая система налогообложения этой деятельности благоприятно сказывается на развитии игорного бизнеса. Хотя налоги весьма высоки, они ударяют, прежде всего, по маленьким заведениям, а для больших казино оказываются даже выгодными, устраняя конкурентов.

Российскому игорному бизнесу 15 лет и в настоящее время он развивается, преодолевая ряд серьезных проблем. Отсутствует четкая государственная политика в отношении этой отрасли, что рождает множество трудностей: нет стандартов профессионального игорного заведения, отсутствует система контроля и надзора за их деятельностью, не урегулированы некоторые вопросы взаимодействия игорного заведения и клиента, практически не ведется статистический учет по отрасли, нет программ профессиональной кадровой подготовки специалистов, кроме того, игорный бизнес сегодня сталкивается с критическим, можно сказать, негативным общественным мнением. Растет криминализация этой сферы. К тому же, это своеобразный интеллектуальный наркотик, все больше людей впадает в зависимость от игры и если государство не будет его жестко контролировать, возникнет опасность оттока большого количества денег и людей в эту сферу. Нужна правовая база для контроля игорного бизнеса. 100–150 казино, существующих сегодня в России, еще поддаются контролю, но его вряд ли можно будет осуществить, если их количество будет исчисляться тысячами. Все больше становится залов игровых автоматов.

Игорный бизнес сегодня — один из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. В настоящее время в игорном бизнесе работают 400 тысяч человек. Оборот игровой отрасли составляет около 1 миллиарда долларов в год, страсть граждан к азартным играм дает хорошие доходы в федеральный и региональные бюджеты. Игровые заведения облагаются постоянно растущими налогами. Цифры говорят сами за себя. Если в 2000 году общая сумма поступлений от предприятий игровой сферы составляла 500 миллионов рублей, то в 2003 году эта цифра достигла 4,8 миллиарда

Мировая практика показывает, что игорный бизнес должен быть такой же цивилизованной отраслью экономики, как и все другие. Нужно ставить перед собой задачу решения многих проблем бизнеса путем содействия в разработке единой государственной политики по его регулированию — речь идет о системе налогообложения, сертификации, территориального размещения игорных заведений,

социальных ограничений. Например, необходимо законодательно закрепить запрет подросткам посещать игорные заведения. В настоящее время такого закона нет, поэтому каждый владелец игорного заведения сам решает этот вопрос. Это не должно быть отдано на откуп доброй воли владельцев игорных заведений.

Необходимо вводить ограничения для защиты нравственности и морали в обществе. Это как раз тот случай — динамика развития игорного бизнеса в России и сопровождающая его развитие проблема игромании говорят о необходимости рамок для этого бизнеса. Государство должно защищать людей от игровой страсти, чтобы игрок не стал проигрывать больше денег, чем может себе позволить. Это тенденция мирового законодательства. Кстати, во многих странах такие рамки установлены.

Итальянский опыт развития малого бизнеса в России

Воронин Евгений Игоревич

студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: eugenio.voronin@mail.ru

Ситуация в современной России в отношении малого бизнеса сильно напоминает итальянскую тридцати сорокалетней давности: серьезные бюрократические препятствия, коррупция, слабая предпринимательская культура, высокое налогообложение и общая неконкурентоспособность продукции. К концу XX века малый бизнес Италии превратился в сильнейшее звено экономики, дал огромное количество рабочих мест и завоевал международные рынки, экспортируя свою продукцию во многие страны мира.

На мой взгляд, мы можем воспользоваться успешным опытом Италии в вопросе развития собственного малого предпринимательства. Разумеется, не стоит перенимать опыт Италии «под копирку», необходимо взять лишь то, что было бы полезно для России. В исследовании проанализированы методы и способы, которые использовало, использует и будет использовать правительство Италии и Европейского Союза для регулирования деятельности малого и среднего предпринимательства.

Первым шагом стало появление Центрального института среднесрочного кредитования *Mediocredito Centrale*. Это стало, своего рода, фундаментом для последующих законодательных инициатив Правительства Италии. В обязанности *Mediocredito Centrale* входило выдача кредитов в определенных размерах (в разные годы лимит варьировался в зависимости от потребностей экономики) и создание инвестиционных условий для развития малого и среднего предпринимательства². Кредиты предоставлялись, как правило, под льготный процент и с большим сроком возврата. И действительно, без наличия «дешевых» и «несрочных» кредитов любая экономическая и инвестиционная деятельность серьезно затруднена. Что же касается малого и среднего бизнеса, то без подобных займов и кредитов функционирование малого бизнеса вообще невозможно. В настоящий момент российский малый бизнес испытывает серьезный дефицит заемных средств. Предлагаемые инвестиционные решения крайне невыгодны: либо высокий процент, либо маленький срок выдачи. Создав подобное центральное федеральное учреждение, где можно будет получить среднесрочный и выгодный кредит, отечественные предприниматели получат глоток свежего воздуха, им не придется брать финансовые ресурсы у криминальных и других нелегальных источников. Безусловно, это будет положительным фактором для развития предпринимательства в России.

Второй важный шаг, предпринятый законодателями, коснулся предоставления льгот на закупку или лизинг нового оборудования³. Малые и средние предприятия могли приобрести

² L13/52. Закон Правительства Итальянской Республики о «Создании центральной службы кредитования МСП — Медиокредито централе».

³ L1329/65. Закон Правительства Италии «О содействии в приобретении нового оборудования».

или взять в лизинг новое промышленное оборудование, которое будет использовано в непосредственной деятельности предприятия, на льготных условиях. Субъектом применения закона стали малые и средние предприятия производственной, сельскохозяйственной, промышленной, кустарной, коммерческой сферы и сферы услуг. Анализ статей импорта России говорит о том, что продукцию именно этих отраслей отечественные компании активно закупают за рубежом. Значит, российских аналогов или нет или они неконкурентоспособны. Для того, что повысить конкурентоспособность данных групп товара не надо повышать таможенные пошлины на ввоз! Достаточно предоставить условия для роста индустрии. Наличие льгот на приобретение и использование средств производства, несомненно, облегчит жизнь подобным производителям.

Следующим шагом стало создание службы кредитования и страхования экспортных операций итальянских компаний⁴. Центральный институт среднесрочного кредитования организовывал финансирование и кредитование экспорта итальянских товаров и услуг, а также проектирование организации производства работ и исследований, проводимых итальянскими предприятиями за рубежом. Наиболее распространенным инструментом данного закона стало финансирование внешней торговли, то есть экспортных операций, которые осуществлялись в соответствии с этим законом с учетом последующих изменений и дополнений. Данное действие создало базовые условия для итальянских компаний при работе за рубежом. Говоря о российских экспортных возможностях, которые сейчас ограничиваются лишь сырьевыми ресурсами, можно сделать вывод, что они очень скромны. Прежде всего, это связано с отсутствием маркетинговой политики и вспомогательных инструментов, таких как кредитование и страхование внешних операций. Отечественный производитель чувствует себя неуверенно, выходя на другие рынки, ему не на что опереться! Если же он будет уверен в том, что его риски застрахованы, а также хорошо профинансированы, он будет более активно действовать на экспортном направлении. Пока же таких инструментов у нас нет, следовательно, нет оснований ожидать каких-либо успехов от продажи не сырьевых товаров на внешних рынках.

Малый бизнес в Италии за последние десятилетия сделал огромный шаг вперед, превратившись из низшего эшелона корпоративной структуры в один из стержней экономики. Далеко за пределами Аппенинского полуострова известна продукция малых и средних предприятий: предметы домашнего обихода, мебель, кондитерские изделия, пищевые продукты, керамика, одежда, обувь и т.д. Столь значимый успех итальянского малого бизнеса был достигнут с помощью продуманной и последовательной экономической политики правительства в отношении рассматриваемого сектора экономики. Именно такого грамотного и последовательного управления сейчас недостает российскому предпринимательству. Принципы и методы, проанализированные здесь, стали основными, базовыми условиями, они образовали прочный фундамент для реализации политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Италии. На мой взгляд, эти принципы вполне допустимы и применимы в российских условиях. Путь становления и укрепления малого бизнеса еще предстоит пройти России.

Торговая политика: инструменты и проблемы

Гайсина Лиля Салаватовна

студентка

Казанский государственный университет, Казань, Россия

E-mail: gaisik@yandex.ru

Международная торговля является древнейшей формой международных экономических отношений, формой связи между товаропроизводителями разных стран,

⁴ L227/77. Закон Правительства Италии «О финансовых инструментах экспортных операций».

возникающей на основе международного разделения труда, выражает их взаимную экономическую зависимость. Перед дилеммой выбора внешнеторговой национальной политики рано или поздно стоят все государства. В интересах каждой страны специализироваться на производстве, в котором она имеет наибольшее преимущество или наименьшую слабость и для которого относительная выгода является наибольшей.

Для количественной оценки воздействия внешней торговли на рост национального дохода и ВВП экономическая теория разработала и использует в практике модель внешнеторгового мультипликатора. Действие мультипликатора внешней торговли не бесконечно. По прошествии определенного промежутка времени, возмущение, вызванное приростом инвестиций в одну из стран, сглаживается, системы вновь приходят в состояние равновесия. Большую роль в устранении нарушенного равновесия торгового баланса и помех на пути развития международной торговли призвано играть активное государственное регулирование.

В зависимости от масштабов вмешательства государства в международную торговлю различают протекционистскую торговую политику и политику свободной торговли. Дилемма, что лучше — протекционизм, который дает возможность развиваться национальной промышленности, или свобода торговли, которая позволяет напрямую сравнивать национальные издержки производства с международными, — предмет многовекового спора среди экономистов и политиков.

К инструментам торговой политики можно отнести: а) тарифные методы регулирования международной торговли; б) нетарифные методы регулирования международной торговли (контингентирование, лицензирование, «добровольные» ограничения экспорта); в) скрытые методы торговой политики (методы скрытого протекционизма: технические барьеры, внутренние налоги и сборы, политика в рамках государственных закупок, требование о содержании местных компонентов).

Анализируя процессы, протекающие в мировой торговле, следует подчеркнуть, что либерализация является ее основной тенденцией. Произошло значительное снижение уровня таможенных пошлин, отменены многие ограничения, квоты и т. п. Однако существует целый ряд проблем. Одна из основных — нарастание протекционистских тенденций на уровне экономических группировок, торгово-экономических блоков стран, во многом противостоящих друг другу.

Можно выделить девять крупнейших международных региональных торговых блоков: Европейский союз, Североамериканское соглашение о свободной торговле, Европейская Ассоциация свободной торговли, Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество, Меркосур, Южноафриканский комитет развития, Западно-африканский экономический и валютный союз, Южно-азиатская ассоциация регионального сотрудничества, Андский пакт.

Важную роль в регулировании международной торговли, в устранении препятствий для ее развития, ее либерализации играют международные экономические организации. Одно из центральных мест в регулировании международных торговых отношений занимает ВТО, а устанавливаемые ею нормы являются, по существу, международным торговым законом. Членами ВТО являются уже более 140 стран мира, и в ближайшие годы их число будет увеличиваться.

Прямые иностранные инвестиции в Россию: преимущества и недостатки

Глухова Дарина Владимировна

студентка

Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия

E-mail: Darina25@mail.ru

Интегрируясь в импортирующую экономику и взаимодействуя с местным капиталом на всех стадиях своего кругооборота, иностранный капитал одновременно и стимулирует,

и тормозит процесс национального накопления в любой стране. Оптимизация размещения в российской экономике прямых иностранных инвестиций предполагает выбор обоснованной и долгосрочной экономической специализации страны, обеспечивающей ее национальную безопасность. При этом необходимо стремиться к тому, чтобы позитивные итоги иностранного присутствия перевешивали негатив.

Реализация подобной цели потребует от России немалых усилий. Необходимо, в частности, ужесточить государственный контроль за соблюдением западными компаниями инвестиционных обязательств, принятых ими при покупке акций российских субъектов хозяйства, а также правил участия в инвестиционных конкурсах. Крайне важно усилить надзор компетентных органов и за уплатой иностранцами налогов и таможенных пошлин (в сегодняшней России около четверти бюджетных поступлений приходится на экспортно-импортные пошлины). Первоочередной задачей является и переход от ничем не ограниченного привлечения иностранного капитала к выборочному. А это предполагает распространение на большинство сфер российской экономики (исключая некоторые отрасли и регионы, особо нуждающиеся в притоке капитала) единых норм государственного регулирования инвестиционной деятельности для местных и иностранных компаний (тем более, что унификация такого рода — одно из условий вступления в ВТО). Справедливости ради следует признать, что во многих случаях и иностранные компании мечтают не столько о законодательной дискриминации российского капитала и о преференциях для себя, сколько о привычной для них среде обитания, предполагающей конкуренцию на всех уровнях профессиональной деятельности (от производственной до финансовой), борьбу за рынки сбыта через опережающее снижение издержек, постоянное расширение и обновление ассортимента выпускаемой продукции, внедрение и совершенствование схем промышленной логистики и т.д.

Однако создание иностранному капиталу такой среды обитания крайне затруднено чрезвычайно высокими рисками «длинных» капиталовложений, проистекающими из неблагоприятного инвестиционного климата в России. Его отличают политическая нестабильность, высокий уровень инфляции, несовершенство законодательства, недостаточное информационное обеспечение, неразвитость производственной и социальной инфраструктуры, коррупция и организованная преступность, принявшие невиданные для стран «золотого миллиарда» масштабы.

Формирование благоприятного инвестиционного климата в России, пусть поэтапное, но устойчивое, — необходимое условие активизации как российских, так и иностранных инвесторов. Ведь пока отечественные компании воздерживаются от долгосрочных капиталовложений в реальный сектор экономики, трудно ожидать массированного притока туда иностранного капитала, особенно в сферу высоких технологий. Время покажет, сумеет ли Россия нащупать сбалансированный подход к вовлечению в обновление основных производственных фондов страны отечественных и иностранных компаний.

Особенности инвестиционного поля России

Голенкова Светлана Евгеньевна

студентка

*Московский государственный университет экономики, статистики и информатики,
Москва, Россия*

E-mail: glen@penza.com.ru

Плавного перехода от социалистической экономики к рыночной в России не произошло. Перестройка привела к стихийной приватизации и дикому экономическому рынку. В результате, большинство предприятий разорилось, а само государство вообще осталось без средств, бросив в банкротство сотни государственных предприятий.

Главная причина такого состояния экономики - менталитет Российского народа. Сотни лет власти монархические и советские боролись со своим народом. Это породило отношение к ней как к оккупационным войскам со всеми вытекающими отсюда последствиями. А именно:

- Неисполнение оккупационных законов воспринимается окружающими как доблесть и является предметом гордости.
- Нанесение материальных убытков власти не есть нарушение закона, а просто фактор борьбы с оккупантами.
- В борьбе с оккупантами все методы хороши. Уход от налогов, нелегальное производство, прямое воровство у оккупантов. Все на пользу населения, все в ущерб властям.
- Получение каких-либо финансовых дотаций от властей, в том числе и зарплата принимается населением как должное и не вызывает какого-либо чувства обязанности. Отсюда, если значительно повысить зарплату чиновникам они не перестанут брать взятки, а просто их размер так же значительно увеличится.
- Полное неверие властям. Любые благие намерения воспринимаются, как еще одна попытка ограбить население.
- Сама власть, а именно чиновники, от самого высокого ранга, до самого мелкого, воспринимают власть как оккупационную со всеми вытекающими последствиями, указанными выше.
- В качестве власти народ воспринимает не только чиновников, но и любые структуры, включая частные, имеющие возможность командовать народом.

Причем, все это отношение является неосознанным, оно прописано в генах и выступает как доминирующая линия поведения. Такая ситуация делает инвестирование в экономику России сложным процессом, требующим тщательного изучения конкретных экономических условий. Но именно сейчас можно получить максимальную прибыль. Ведь правильно поняв ситуацию, мы можем предпринять правильные действия, что и даст отличные результаты в коммерческой деятельности.

В докладе детально рассматриваются перечисленные ментальные особенности российской экономики, обосновывается их формулировка, приводятся конкретные примеры. Кроме того, даются рекомендации по их учету при реализации конкретных проектов. По мнению автора, такой подход позволяет вычлениить именно те особенности российской экономики, которые не могут учесть труды западных экономистов, широко вошедшие в нашу жизнь с приходом перемен в России.

Стратегические ориентиры сотрудничества России и Европейского инвестиционного банка

Голобродская Наталья Валерьевна, Спирина С.Г.

студентка

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, Пенза, Россия

E-mail: spi_sveta@rambler.ru

В условиях трансформации экономической системы Россия взяла курс на интеграцию в мировое хозяйство и занялась преобразованием международных валютно-кредитных и финансовых отношений. Образование валютного механизма способствовало вступлению страны в ведущие международные валютно-кредитные организации: Международный валютный фонд, Европейский банк реконструкции и развития, группа Всемирного банка и т.д., в частности в основной кредитно-финансовый институт Европейского союза (ЕС) — Европейский инвестиционный банк (ЕИБ).

ЕИБ представляет собой, с одной стороны, финансовый институт ЕС, а с другой - автономную и юридически самостоятельную некоммерческую организацию,

привлекающую на мировых финансовых рынках ресурсы для долгосрочного кредитования крупных инвестиционных проектов. Заемщиками ЕИБ на равных правах могут выступать государства, частные и государственные компании. Его задача - предоставление займов и гарантий, облегчающих финансирование проектов для сравнительно менее развитых регионов, направленных на модернизацию или конверсию предприятий, развитие предпринимательской деятельности в новых сферах. На сегодняшний день около 85% совокупных инвестиций банка приходится на страны ЕС, а остальная сумма выделяется на деятельность за пределами Союза, но соответствующую его интересам. ЕИБ осуществляет финансирование, совершая операции на рынке капиталов и используя собственные средства. При внешних ссудных операциях Банк руководствуется определенными принципами, главный из которых — соответствие кредита стратегии развития ЕС. ЕИБ финансирует только те проекты, которые направлены на обеспечение устойчивого социально-экономического развития и интеграции; улучшение социальной и производственной инфраструктуры; модернизацию здравоохранения и образования, транспорта, телекоммуникаций и энергетики; сохранение природной среды.

Отношения России с ЕИБ строятся в рамках единой стратегии заимствования Российской Федерации у международных банков развития. Эта стратегия определяет цели, задачи и принципы сотрудничества. В современных условиях налаживание отношений России с ЕИБ нам представляется одним из направлений перспективного участия нашей страны в строительстве новой мировой финансовой инфраструктуры. Стратегическая цель сотрудничества с ЕИБ — привлечение необходимых для российской экономики инвестиционных ресурсов на льготных по сравнению с другими потенциальными инвесторами условиях — с низкими процентными ставками, длительными сроками и льготным периодом возврата долга. Расширение участия ЕИБ в финансировании проектов в России может способствовать общему развитию экономических отношений между РФ и ЕС. В настоящее время направления сотрудничества ограничены условиями действующего мандата ЕС на деятельность ЕИБ в России, которые включают экологические аспекты проектов и заинтересованность в них стран ЕС; реализацию проектов только в Северо-Западном регионе России; обязательное участие в проектах ЕИБ других международных финансовых институтов; обязательное представление 100%-ной государственной гарантии; своевременное выполнение Россией обязательств по обслуживанию задолженности перед странами Парижского клуба и активное участие в борьбе с отмыванием капитала. В перспективе приоритетные направления сотрудничества России и ЕИБ должны вырабатываться на основе сочетания интересов обеих сторон при дальнейшем расширении географии размещения проектов. Основными направлениями перспективного участия ЕИБ в финансировании проектов на территории России можно считать транспорт, электроэнергетику и телекоммуникации.

При разработке условий сотрудничества России с ЕИБ необходимо уитывать, что крупные проекты ЕИБ могут финансироваться напрямую: займы предоставляются исполнителям проекта либо непосредственно, либо при посредничестве правительства или национальных банков. Средние и малые проекты финансируются через общие кредитные линии в выбранных банках стран-членов. Банки — партнеры ЕИБ предоставляют средства преимущественно предприятиям среднего и малого бизнеса и муниципалитетам. Они оценивают каждый проект, принимают кредитный риск и определяют условия займов для конечного бенефициария. ЕИБ выступает в качестве дополнительного источника финансовых средств. Поскольку сам Банк может финансировать до 50% стоимости проекта, то он может участвовать в проекте лишь совместно с собственными средствами инициаторов проекта и другими ресурсами долгосрочного финансирования. Так, России целесообразно обращаться к кредитам

ЕИБ, если невозможны прямое бюджетное финансирование проекта или эффективная его реализация на коммерческих условиях; если проект направлен на преодоление разрыва в уровне социально-экономического развития регионов и укрепление единого экономического пространства; если проект вносит крупный вклад в решение социальных задач; если от реализации проекта ожидается системный эффект для экономики страны; и, наконец, если проект содействует охране окружающей среды. Условия кредитования определяются общими положениями его кредитной политики и конкретными требованиями, заложенными в соответствующем мандате. Они могут корректироваться в зависимости от развития отношений России и ЕИБ. В перспективе это предполагает возможность создания предпосылок для предоставления кредитов ЕИБ на более мягких условиях не только государственному, но и частному сектору.

В соответствии с действующим мандатом ЕИБ принял решение о софинансировании в 2003 г. двух проектов в России, которые уже включены в программу внешних заимствований. Во-первых, это проект завершения строительства Комплекса защитных сооружений (КЗС) Санкт-Петербурга от наводнений. На самом деле назначение КЗС гораздо шире. Оно включает создание автотранспортного перехода через Финский залив как части кольцевой дороги вокруг города, регулирование гидрологического режима и экологического состояния акватории Невской губы, обеспечение условий морского судоходства. В финансировании столь масштабного проекта кроме ЕИБ участвуют также Европейский банк реконструкции и развития и Северный инвестиционный банк. Кредит ЕИБ в сумме 40 млн. долл. включен в программу государственных внешних заимствований на 2003 г. Другой проект, по которому ЕИБ принял решение о предоставлении кредита в рамках действующего мандата — завершение строительства Юго-Западного завода по очистке сточных вод в Санкт-Петербурге, это будет способствовать существенному и долговременному улучшению экологической ситуации в Балтийском море. ЕИБ предоставляет около 10% необходимых средств.

Следует отметить, что после начала финансирования проекта Банк ведет регулярное наблюдение за его осуществлением. В ходе оценки тщательно исследуется вопрос влияния проекта на окружающую среду и соответствие процедурам закупок. Оценка предусматривает также анализ затрат по проекту, его финансового плана и надежности финансовых и технических партнеров. Он контролирует регулярное обслуживание долга, целевое использование средств, удостоверяется, что проект выполнен в соответствии с контрактом и оценивает его результаты.

Дальнейшее расширение сотрудничества России и ЕИБ определяется долгосрочными интересами политико-стратегического характера. Развитие взаимоотношений с Банком предполагает не только доступ к одному из важнейших международных финансовых институтов, но и расширение конструктивных контактов с ключевыми участниками инвестиционного процесса в европейском регионе, вклад в решение стратегической задачи интеграции России в ключевые структуры европейской экономики.

Теоретические аспекты внедрения электронного правительства

Голохова Ирина Анатольевна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: golohova@bk.ru

Распространение Информационно-коммуникационных технологий носит всепроникающий характер и отличается скоростью внедрения во все сектора: промышленность, сферу услуг, образование и иные. Несомненно, оказывают они влияние и на госсектор. С развитием ИКТ стало возможным создание такого явления как электронное правительство.

Внедрение электронного правительства представляет собой использование информационно-коммуникационных технологий с целью преобразования деятельности правительства для большей его доступности гражданам, большей эффективности и создания наибольшей прозрачности путем повышения подотчетности.

Также как и электронная коммерция, которая дает возможность субъектам экономики взаимодействовать друг с другом более эффективно (B2B, B2C), электронное правительство ставит целью сделать взаимодействие между правительством и гражданами (G2C), правительством и бизнесом (G2B) и между разными правительственными учреждениями (G2G) наиболее обходительным, удобным, прозрачным и дешевым.

Электронное правительство затрагивает отношения между государственными служащими и остальными гражданами и включает в себя:

- Обеспечение более полного доступа к информации (законы, законопроекты, другие нормативно-правовые акты, формы необходимых документов, а также экономические и научные данные);
- Содействие гражданскому участию в государственной жизни путем создания возможностей для более удобного взаимодействия с чиновниками через электронные каналы;
- Повышение подотчетности правительства (и как следствие, снижение уровня коррупции);
- Поддержку выполнения целей развития путем уменьшения времени и материальных затрат, которые субъекты малого бизнеса несут в связи с общением с государственными структурами.

Тем не менее, внедрение в органы госуправления ИКТ — сложный процесс, обусловленный рядом факторов:

- Вертикальной структурой администрации, которую необходимо заменять на горизонтальную;
- Недостаточным пониманием со стороны служащих (необходимость интенсивного обучения);
- Нехваткой баз данных, сделанных в расчете на публичный доступ;
- Неясностью с правовым статусом доступа к общественной информации.

Электронное правление не будет реализовано исключительно путем автоматизации административной деятельности, его внедрение является процессом трансформации правительства, требующим четкого планирования, политической воли и устойчивого потока необходимых ресурсов, что предполагает создание новых процессов и новых взаимоотношений между управляемыми и правящими. Понимание данного факта является ключевой предпосылкой для успешного внедрения э-правительства. Кроме того, электронное правительство требует сильного политического лидерства – для успешного достижения поставленной цели внедрения электронного правительства необходима согласованность на всех уровнях системы власти при полном понимании целей внедрения проекта. Результативность в сфере электронного правительства зависит и от участия граждан, т.к. сама концепция э-правительства ориентирована на их интересы. Отсюда становится очевидным необходимость усиления мер по стимулированию гражданского участия. В соответствии с теорией, для достижения эффективности электронное правительство должно концентрировать свое внимание на удовлетворении потребностей граждан, его цель – предоставление более широкого доступа к информации и более справедливого распределения услуг, предоставляемых обществу.

Работа электронного правительства может коренным образом изменить государственную службу и процедуры правительства. В некоторых регионах мира услуги и возможности электронного правительства уже привнесли революционные изменения в повседневную жизнь граждан. В других же регионах, напротив, эти инновации практически не используются. Страны бывшего СССР, в том числе и Россия,

могут сегодня похвастаться достаточно хорошо развитой инфраструктурой, которая представляет собой базу для расширения навыков в области электронного правительства. Правительства этих государств предпринимают большие проекты по переводу страны в цифровой век.

Проблемы интегрирования развивающихся стран в мировую экономику
Гречушникова Юлия Сергеевна

аспирантка

Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

E-mail: juliagrech@yandex.ru

В современную эпоху глобализации мировое экономическое пространство переходит в качественно новое состояние. При формировании глобального хозяйственного комплекса происходит расслоение стран по уровню экономического развития. В конце XX столетия резко обострились глобальные проблемы человечества, остро встала проблема повышения уровня экономического развития отсталых государств, многие из которых находятся на пороге масштабного социального кризиса. Преодоление кризиса требует радикальных изменений модели эволюции развивающихся стран и перехода к стратегии устойчивого развития цивилизации.

Перед многими развивающимися странами стоит задача поиска своего места в мировой экономической системе. Успешное интегрирование отстающих государств в мировое хозяйство возможно лишь в результате глубокой трансформации национальной экономики и проведения коренных реформ.

Стратегия модернизации стран «третьего мира» (стратегия догоняющего развития) в основном направлена на увеличение темпов экономического роста, повышение самообеспеченности промышленными товарами и предполагает форсирование импортозамещения. Как известно, вместе с экономическим ростом растут и запросы населения, соответственно увеличиваются потребности в импорте средств производства, необходимых для изготовления потребительских товаров. Основным источником инвестиций для отсталых стран по-прежнему выступает выручка от экспорта продуктов сельского хозяйства и добывающей промышленности, цены на которые на мировом рынке относительно низкие и подвержены серьезным колебаниям. Таким образом, выручка от традиционного экспорта развивающихся стран не успевает за ростом импортных потребностей. Форсированный рост промышленности в условиях отсутствия необходимых инвестиций и доступа к передовым технологиям приводит к созданию малоэффективных отечественных предприятий с недозагруженными производственными мощностями, выпускающих низкокачественную продукцию. В то же время приток внешних ресурсов, в основном в форме портфельных инвестиций, не сопровождается увеличением объемов производства и экспорта по причине неэффективности этих инвестиций. Как результат, накопленный внешний долг становится тяжелым бременем для экономики страны.

Как известно, в настоящее время только экономика, основанная на инновациях, может быть конкурентоспособной. Основной научно-технический потенциал мира сосредоточен в развитых странах, доступ остальных стран к ним затруднен. Привлечение прямых инвестиций в обрабатывающую промышленность, сопровождающееся притоком новейших технологий, является для развивающихся стран трудноразрешимой проблемой в силу неблагоприятного инвестиционного климата. Транснациональные компании переносят в страны «третьего мира» часть своего производства исключительно из-за дешевизны рабочей силы, и этот процесс не сопровождается ростом отечественного научно-технического потенциала отсталых государств. Большинству развивающихся стран не удастся успешно реализовать политику, направленную на привлечение прямых инвестиций путем создания

производств в специальных экономических зонах и формирования полюсов роста. Масштабные финансовые потоки, которые проходят через оффшорные финансовые центры в силу льготного налогообложения финансовых операций, не влияют на степень экономического развития государства и уровень благосостояния его граждан.

Еще в 70–80-е гг. XX века институционалисты выделили человеческий капитал в качестве важнейшего фактора модернизации отсталых стран. Новые теории экономического роста, созданные за последние двадцать лет с учетом современных реалий развития мировой экономики, доказывают, что человеческие ресурсы в развивающихся государствах определяют уровень социально-экономического развития страны. Создатели этих теорий обосновывают необходимость повышения уровня образования населения, увеличения капиталовложений в сферы образования, здравоохранения и наращивания отечественного научно-технического потенциала страны как основных условий для достижения устойчивого экономического роста государств «третьего мира».

Поскольку отсталые страны не способны решить стоящие перед ними проблемы самостоятельно, следовательно, для решения проблемы экономической отсталости развивающихся стран и повышения уровня жизни населения этих государств необходимо объединение усилий всего международного сообщества. Перед экономистами-теоретиками стоит задача создания новой интегральной концепции экономического развития стран «третьего мира», которая позволит объяснить дифференциацию темпов экономического роста в различных государствах. Усилия экономистов-практиков должны быть направлены на перестройку глобальной системы международных экономических отношений и ускорение темпов развития отсталых государств. Изменения международного экономического порядка должны, в первую очередь, коснуться сферы международной торговли. Кроме того, мировому сообществу следует увеличить объемы гуманитарной помощи, направляемой в наименее развитые регионы мира.

Проблемы, создаваемые глобализацией в экономической деятельности

Гупалова Елена Николаевна

студентка

Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: elena_gupalova@mail.ru

Эволюция мирового хозяйства во второй половине XX века связывается с поступательным развитием экономики отдельных, прежде всего, промышленно развитых стран. При этом основной ее тенденцией развития стала интернационализация хозяйственной жизни. Движение по всему миру гигантских потоков капитала, товаров, людей и интенсивный обмен информацией определяют лицо и динамику уходящего века. Для собирательного обозначения всех этих процессов применяется термин «глобализация».

Глобализация экономической деятельности разворачивается в основном на двух уровнях: микро- и макроэкономическом. На микроэкономическом уровне происходит общая стратегическая ориентация компаний, всемирная по своему характеру, что оказывает влияние на размещение производства в разных странах. Если главный источник и генератор глобализации заключается во всемирно ориентированной стратегии на уровне отдельных фирм и компаний, то на общенациональном уровне отражаются макроэкономические последствия этого процесса, которые, в свою очередь, вызывают те или иные политические реакции, поддерживающие эту тенденцию или тормозящие ее.

Анализ процесса глобализации показывает, что в настоящее время в нем существует ряд проблем.

Во-первых, в нем наблюдается две противоречивые тенденции. С одной стороны, в мировой экономике происходит усиление позиций США, с другой — формируется экономический полицентризм. США стали мировым лидером на главных направлениях фундаментальной науки. Американоцентризму способствует и некоторое ослабление позиций Европейских стран в мировой экономике, и одновременно возрастание роли стран Юго-Восточной Азии и Латинской Америки, где американское влияние наиболее ощутимо. Очевидно, что в ближайшей перспективе эта тенденция сохранится, несмотря на то, что удельный вес США в мировой экономике относительно сокращается. Таким образом, о полицентризме реально можно говорить лишь в отдаленной перспективе, когда новые центры, такие как страны Юго-Восточной Азии и Латинской Америки в экономическом и политическом отношении достигнут более высокого уровня, чтобы играть более самостоятельную роль как противовеса США. Значительное влияние на развитие полицентризма могут оказать успехи европейской интеграции, вылившейся в образование ЕС и повышение в будущем роли России в мировой экономике.

Во-вторых, с одной стороны, происходит «замыкание» постиндустриального мира, с другой - нарастающая неспособность других стран преобразовать свои хозяйственные системы в соответствии с требованиями времени. В связи с этим главная глобальная экономическая проблема современности связана с формированием в рамках ведущих западных стран замкнутой хозяйственной системы. Этот процесс может быть прослежен по четырем направлениям концентрации в постиндустриальном мире большей части интеллектуального и технологического потенциалов человечества; сосредоточении основных торговых оборотов в пределах сообщества развитых государств; замыкании инвестиционных потоков и резком ограничении миграционных процессов из «третьего мира» в развитые страны планеты. В настоящее время возникает опасность усиления несамостоятельности новых индустриальных стран. Это проявляется, во-первых, в экстенсивном характере развития и тенденциях к заимствованию технологических новшеств на Западе; во-вторых, в исключительно высокой роли внешних инвестиций как стимула развития и, в-третьих, в крайней зависимости от экспорта готовой продукции в государства постиндустриального мира.

В заключении можно сказать, что в современной мировой экономике глобализация несет с собой не только преимущества, к которым можно отнести обострение международной конкуренции, экономию на масштабах производства, повышение производительности труда в результате рационализации производства на глобальном уровне и распространения передовой технологии, а также конкурентного давления в пользу непрерывного внедрения инноваций в мировом масштабе, что чревато негативными последствиями или потенциальными проблемами.

Экономическое развитие в международной экономической интеграции

Далимов Равшанбек Турабекович

докторант

Национальный университет Узбекистана им. М. Улугбека, Ташкент, Узбекистан

E-mail: rdalimov@list.ru

Международной экономической интеграцией, как известно, называется процесс добровольного объединения хозяйственной деятельности сопредельных государств с целью повышения совокупного уровня благосостояния населения.

Непрерывность процесса интеграции, гармонизация экономической политики, сглаживание различий в рамках объединившихся территорий является одним из важных элементов успеха процесса международной экономической интеграции. Непрерывность экономической интеграции в условиях глобализации мировой экономики означает создание в обозримом будущем зоны свободной торговли.

Международная экономическая интеграция предполагает устойчивый рост валового дохода интегрированных регионов, в связи с чем анализ и поиск рецептов устойчивого экономического развития приобретает особый интерес.

Уравнение валового дохода Y в условиях международной экономической интеграции имеет следующий вид [2]:

$$\ddot{Y} + (2+s)\dot{Y} + (1+s)Y - \mu \nabla^2 Y = \sum_i \bar{P}_i (Q_i + \dot{Q}_i) \quad (1)$$

$$\ddot{Y} + (2+s)\dot{Y} + (1+s)Y - \mu \nabla^2 Y \approx \bar{P}_1 (Q_1 + \dot{Q}_1) + \bar{P}_2 (Q_2 + \dot{Q}_2) \quad (1)'$$

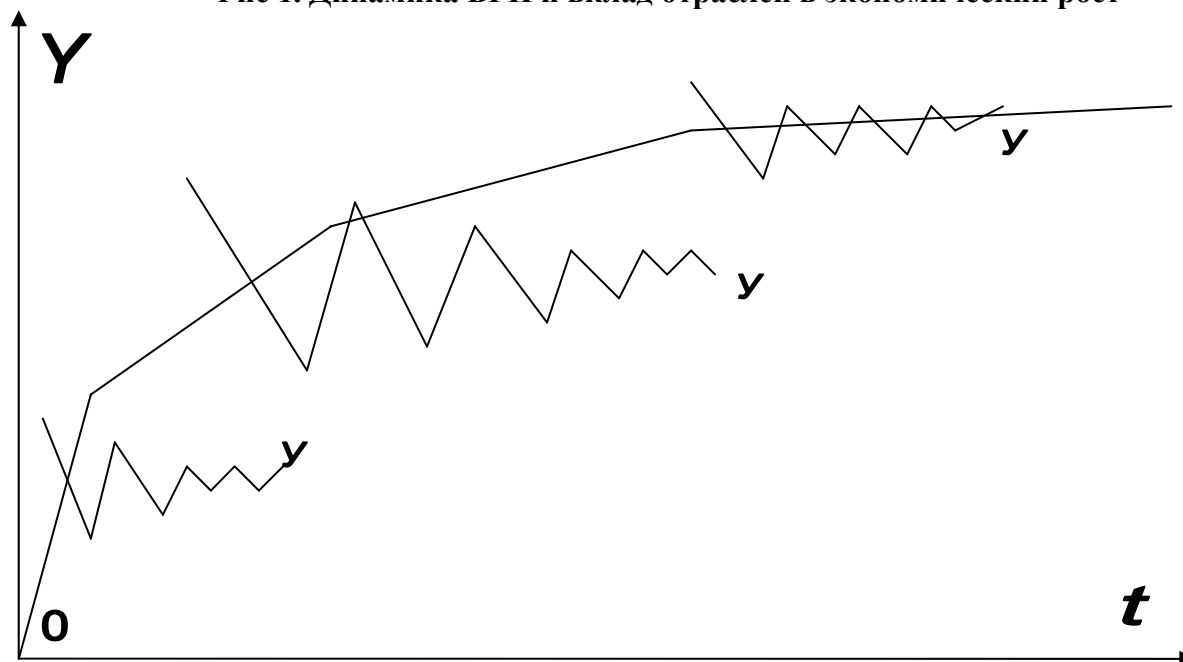
где \bar{P}_i — средние цены в i -й отрасли, Q_i и \dot{Q}_i — выпуск и его изменение в i -й отрасли, s — норма сбережений, μ — волновое число, 1 и 2 означают выделенную пару отраслей 1, 2. В левой части имеем хорошо исследованное уравнение маятника валового продукта, дополненное диффузионным элементом.

Очевидно, каждая из отраслей вносит свой вклад в общий валовой продукт Y :

$$Y = \sum_i y_i \quad (2)$$

Поэтому поведение валового продукта в условиях роста предлагается рассматривать как сумму затухающих осцилляций продукта отраслей (см. рисунок 1).

Рис 1. Динамика ВРП и вклад отраслей в экономический рост



Примечание: затухающие колебания валового продукта отдельных отраслей Y приводят к экономическому росту общего валового продукта Y региона

При затухании колебаний валового продукта Y , вероятно, необходимо вновь «возбуждать» его (затухающий маятник валового продукта) за счет воздействия на него внешней силы, которая, по сути, является суммой выпуска Y и изменения выпуска \dot{Y} структурообразующих [1] отраслей, находящихся в правой части в (1), (1)'. Обнуление правой части (1), (1)' (при нулевом выпуске отраслей, т.е. при застое производства) приводит к затуханию колебаний Y . Поэтому незатухание колебаний маятника валового продукта возможно за счет продолжения выпуска продукта в рассматриваемой отрасли, что на самом деле после снижения объема производства возможно за счет изменения применяемой технологии. Таким образом, возникает S-образное [4] поведение отраслей, которые после того, как исчерпывают накопленный технологический ресурс, улучшают

технологии и переходят на новый качественный уровень развития. Те из них, которые не успевают производить качественное обновление производства, уходят с рынка или, по крайней мере, уступают свое место более значимым в экономике региона отраслям.

Выживают оптимальные в этом смысле структурообразующие отрасли, которые совмещают в себе заблаговременное развитие каждого из этапов данного процесса: научные исследования, позволяющие получать конкурентное преимущество, опытно-промышленные работы, внедрение в производство — при подразумеваемой одновременной доступности и востребованности товаров, производимых в структурообразующих отраслях.

Таким образом, как нам представляется, ответ на вопрос об условиях устойчивого экономического развития при глобальной экономической интеграции заключается в анализе поведения конкретных структурообразующих отраслей рассматриваемого региона. Это, в свою очередь, предлагается проводить через качественный анализ устойчивых точек на фазовой плоскости выпуска пар отраслей «структурообразующая-сырьевая», и анализ соответствующих трофических функций [3].

Литература

1. Далимов Р.Т. О моделировании международной экономической интеграции // *Вестник НУУз*, № 4, 2003, С. 21–24.
2. Далимов Р.Т. Диффузия и экономическое развитие в международной экономической интеграции // *Вестник НУУз*, № 1, 2004, с. 39–44.
3. Далимов Р.Т. О трофических функциях в международной экономической интеграции. Материалы семинара экономического факультета НУУз – ИЭ АН РУз, март 2005 г.
4. Фостер Р. Обновление производства: атакующие выигрывают. М., 1987, С. 33–39, 78–94.

Новая расстановка сил в мире и позиция России в мировом хозяйстве

Егорова Екатерина Николаевна

студентка

Чебоксарский кооперативный институт Центросоюза РФ, Чебоксары, Россия

E-mail: Egorov@promtractor.ru

В XXI веке мир неузнаваемо изменился:

- появились глобальные угрозы в виде международного терроризма и распространения оружия массового поражения;
- происходит образование интеграционных группировок, среди которых выделяется ЕС, чья валюта становится полноправным конкурентом американского доллара;
- темпы экономического роста развитых стран постепенно замедляются;
- возрастает роль новых индустриальных стран (особенно Китая) в мировом хозяйстве.

Все это, соответственно, напрямую затрагивает и нашу страну, ищущую перспективные пути развития. Современное положение России в мировой экономике является весьма противоречивым. С одной стороны она:

- располагает значительными природными ресурсами (занимает 1-ое место в мире по запасам природного газа, угля, железных руд, цветных металлов, земельных, водных и лесных ресурсов; 2-ое место – по запасам алмазов);
- обладает крупным производственным потенциалом;
- занимает ведущие позиции в производстве и экспорте многих важных товаров;
- имеет мощный научно-технический потенциал;
- имеет высокий образовательный уровень населения.

С другой же стороны, в последние десятилетия произошло существенное ослабление позиции России в мировом хозяйстве. Так, например, в 1990 г. ВВП

составлял 3,4% от мирового (9 место в мире), а в 2000 г. доля России снизилась до 1,6%. По прогнозу ИМЭМО, к 2015г. в расчете на душу населения ВВП России будет на 15-20% выше современного (2004 г.) уровня Португалии и Греции, но приблизительно на 30–35% ниже их показателей, ожидаемых через 10 лет.

Итак, проблема укрепления позиции России в мировом хозяйстве носит комплексный характер, поэтому ее одновременно нужно решать на микро- (внутри страны) и макроуровне. В первом случае для ее решения нужна существенная перестройка структуры национальной экономики. Для этого необходимо значительное развитие сферы услуг, на долю которой должна приходиться большая часть при формировании ВВП, существенное сокращение доли ВПК, т.е. российская структура экономики должна приобрести черты, максимально приближающие ее к Западу. Кроме того, для решения данной проблемы нужно повышение конкурентоспособности отечественных товаров, содействие малому и среднему бизнесу, и, конечно же, совершенствование законодательной базы, часто препятствующей развитию инвестиционного процесса в стране.

Для решения же данной проблемы на макроуровне необходимо реализовывать внешнюю политику в следующих основных направлениях:

- Взаимодействие с США и ЕС должно происходить на взаимовыгодной основе. Однако в последнее время заметно некоторое замедление темпов прироста экономик западных стран, что несколько ухудшает перспективы российского сотрудничества с ними.
- Россия должна продолжать установление торгово-экономических отношений с новыми индустриальными странами Юго-Восточной Азии, демонстрирующими высокие темпы экономического роста. В настоящее время российский экспорт в эти страны носит преимущественно сырьевой характер, импорт же в основном составляет компьютерная техника, бытовая электроника, запасные части. Очевидно, что такое положение дел не соответствует возможностям и потребностям нашей страны и ее партнеров. Поэтому в сложившейся ситуации перспективным является развитие сотрудничества в области образования и науки, медицины, пищевой промышленности, а также создание совместных корпораций.
- Вступление России в ВТО является очень важным для преодоления дискриминации российских товаров на международном рынке, развития инвестиционного процесса в стране, доступа к большим рынкам сбыта. Однако из-за интеграции российской экономики в ВТО может возникнуть ряд сложностей, связанных с тем, что некоторым нашим отраслям (например, сельскому хозяйству), предприятиям и банкам будет сложно конкурировать с зарубежными, вследствие чего возрастет безработица, произойдет экономический спад. Поэтому необходимо глубокое исследование результатов столь важного шага, заблаговременное принятие мер для устранения отрицательных последствий.

Анализ динамики курса доллара и экономическая ситуация в США

Жуманов Фахридин Хусанович

студент

Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия

E-mail: fah20@rambler.ru

На сегодняшний день доллар остается ведущей мировой валютой, поэтому курс доллара играет важную роль в мировой экономике.

Для совершения каких-либо прогнозов относительно курса доллара необходимо дать оценку экономической ситуации в США.

Бюджетный дефицит США за последние 4 года вырос до рекордной величины: 375 млрд. долл. на 30 сентября 2003 года (финансовый год в США начинается в октябре),

при том, что в 2000 году профицит бюджета равнялся 127 млрд. долл. Помимо дефицита федерального бюджета США имеют значительный торговый дефицит, выражающийся в превышении импорта над экспортом. Среднемесячная величина торгового дефицита за 2003 год составляет –41 млрд. долл., что в годовом исчислении составляет сумму в –491 млрд. долл. При этом наблюдается стабильное отрицательное сальдо по импорту товаров, которое превышает в 9 раз положительное сальдо по экспорту услуг. Усилия ФРС США по стимулированию экспорта путем девальвации доллара не смогли исправить данную ситуацию. США остаются импортоориентированной страной.

Основным источником финансирования обоих дефицитов является увеличение объема задолженности, а не сокращение расходов и рост экономики. При этом, в прогнозном бюджете Минфина США, рост долга опережает прогнозируемый прирост ВВП в среднем на 2% в год. Согласно прогнозам, 2004 год будет закрыт с объемом задолженности 7 486 млрд., долл., а к 2009 году объем долга возрастет до 10 564 млрд. долл. Уровень долга в ВВП возрастет с 60% до рекордных 72%.

США потребляют 35% добываемой в мире нефти. Начиная с 1998 года, цена на нефть выросла в среднем до 27 долларов за баррель (диапазон колебаний сместился вверх и составляет 24–34 долл.) Война в Ираке смогла сбить цену на нефть лишь на 3 месяца.

Начиная с 2000 года безработица в США выросла с 4% до 6% в 2003 году. Одновременно с этим, крупный и средний бизнес США все чаще прибегает к практике аутсорсинга, размещая заказы на производство в странах с более дешевой рабочей силой, что никак не способствует сокращению безработицы внутри страны.

Несмотря на активное стимулирование (снижение налогов и процентных ставок) наблюдается стагнация внутренних инвестиций со стороны частного сектора. Падение инвестиций администрация частично компенсирует расширением госзаказа, но наибольшая его часть приходится на национальную оборону.

Инвестиции направлены не в производство, а в недвижимость и золото, что отражает ожидания инвесторов на среднесрочную перспективу.

Девальвация доллара, проведенная ФРС США за счет снижения процентных ставок, была проведена для того, чтобы:

- помочь американским компаниям в конкурентной борьбе с европейскими и азиатскими производителями;
- помочь американским компаниям рефинансировать свою задолженность по низким процентным ставкам;
- стимулировать потребительский спрос за счет низких процентных ставок по потребительским кредитам.

Начиная с 2000 года, приток прямых иностранных инвестиций в США сократился с 314 млрд. долл. в 2000 года до 72 млрд.долл. в 2003 году.

Рост производительности труда (этот показатель является одним из основных для ФРС США в обосновании ее монетарной политики на протяжении с 1996 года по настоящее время) обеспечен следующим фактором — сокращение рабочих мест при неизменном выпуске продукции. Это временный всплеск, не связанный с модернизацией производства или повышением квалификации рабочей силы. Повышение ставок сократит платежеспособный спрос и заставит предприятия снижать выпуск продукции, при этом производительность труда автоматически снизится (при неизменном уровне занятости).

Один из основных факторов, влияющих на инвестиционные потоки – стабильность в регионе, принимающем инвестиции. В данном аспекте США имеют значительный ресурс создания дестабилизирующих факторов в Европе и Азии. Втягивание Европейских и Азиатских стран в иракскую авантюру автоматически вносит эти страны в список потенциальных жертв терактов, проводимых против стран-участниц коалиции.. Применение инструмента управляемой нестабильности ограничено, поэтому рассчитывать на значительный экономический эффект для США не приходится.

Исходя из вышеизложенного, не следует ожидать роста курса доллара относительно других мировых валют в среднесрочной перспективе, поскольку самым легким и, фактически, единственно действенным инструментом для ФРС США является плавная управляемая девальвация доллара, что поможет снизить долговое бремя экономики.

Туристская реклама как основной способ формирования имиджа дестинации

Иванова Елена Владимировна

аспирантка

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, Саратов, Россия

E-mail: elenka@forpost.ru

Наиважнейшими условиями для развития туризма являются экономическая и политическая стабильность в дестинации. Туристов привлекают регионы насыщенные природными ресурсами, историческими памятниками и культурными событиями, а также и регионы, обладающие развитой туристской инфраструктурой. Тем не менее, популярность курорта во многом зависит от его имиджа в глазах потенциальных или реальных туристов. Поэтому в целях привлечения туристов национальные туристские администрации, а также конкретные принимающие туристские фирмы и гостиничные объединения стремятся создать благоприятный образ страны.

В данном случае цель рекламы — информировать туристов о достоинствах дестинации. Информированием цели рекламы не ограничиваются. Главное — не оставлять получателя рекламы равнодушным. Поэтому туристская реклама — это более сложное явление, чем может показаться на первый взгляд.

Тематика туристской рекламы, с одной стороны, и особенности туристских услуг, с другой — делают рекламу иллюстративной: туристу надо показать, куда он едет, и какие условия и услуги его ждут на месте пребывания. Но все-таки главное в рекламе не показать, а очаровать, завлечь, заманить, соблазнить потребителя. Поэтому большая часть туристской рекламы выглядит ярко и броско. Однако по-настоящему хорошая реклама должна быть не просто яркой, но и красивой, оригинальной, колоритной, художественной.

Печатное рекламное сообщение состоит из двух взаимосвязанных пластов: вербального и визуального. Рекламный образ воспринимается гораздо легче и быстрее чем текст. Визуальному образу не нужен перевод, в отличие от текста, а также образ более эмоционален. Цветовое решение рекламного сообщения формирует стереотипы восприятия дестинации и вызывает эмоции. Каждая страна имеет «свой» цвет или набор цветов. Основные постулаты цветового решения могут относиться не только к фоновому цвету, но и ко всем элементам рекламы: фотографиям, рисункам, графическим элементам, логотипам, тексту.

Основой печатной туристской рекламы является фотография. Именно фотография делает рекламу искусством. В некоторых случаях используется рисунок или компьютерная графика. В хорошей рекламе фотография несет основной смысл, главную идею сообщения. Таковы требования к фотографии: эмоциональность, привлекательность, формирование только положительных ассоциаций и только хорошего настроения.

Большой правдоподобностью, чем фотография, обладает видеозображение. Оно даже нереальные вещи делает реальными и правдоподобными. Рекламный фильм использует многие приемы художественного кино. Требование краткости к видеорекламе делает её максимально содержательной.

Туристская реклама становится элементом современной визуальной культуры. В рекламе немало красоты, изысканности, интересных «находок» и идей. Её создание требует гениальности и творческого подхода, а также знания специфики этого ремесла. В некоторых случаях это искусство высокого уровня, претендующее на элитарность.

Именно к этому её создатели должны стремиться, чтобы изменить отрицательное и пренебрежительное отношение к рекламе, преобладающее в настоящее время.

С одной стороны реклама — это один из видов передачи информации о товарах и услугах с целью привлечь внимание потенциального покупателя, побудить его к приобретению именно данного продукта. Помимо сбыта целью рекламы является создание благоприятного имиджа фирмы-производителя туруслуг или рекламируемой дестинации. В туристском бизнесе реклама играет особую роль, так как она является основным критерием при выборе тура.

С другой стороны реклама — мощный социально-культурный и психологический механизм, влияющий на формирование мировоззрений человека. Значительна роль рекламы в общественной жизни — ведь она влияет на каждого человека, внушая ему его желания и предпочтения, формируя его вкусы и интересы, влияя на его поведение. Реклама содействует общему процессу формирования массового сознания. Таким образом, туристская реклама играет большую роль не только в развитии бизнеса, но и в современном социокультурном процессе.

Говоря об эффективности туристской рекламы, нельзя не отметить тенденцию к снижению восприимчивости, как к традиционным, так и к новым средствам рекламы в связи с нередким попаданием в средства массовой информации результатов исследований маркетинговых средств продвижения. Поэтому маркетологам приходится постоянно разрабатывать новые рекламные средства и способы продвижения турпродукта.

Особенности системного анализа институционального развития в период трансформации

Казанников Алексей Афанасьевич

аспирант

Институт экономики Российской академии наук, Москва, Россия

E-mail: akazannikov@rambler.ru

Трансформационные преобразования последних лет в современной экономике России требуют пересмотра методологического подхода к анализу последствий реформирования и оценке её результатов. Необходимость этого обуславливается предпосылками к цикличности экономического развития, что вызывает трудности при выработке и определении оптимального стратегического пути.

Рассмотрение процесса становления рыночного механизма сквозь призму трансформации формальных и неформальных институтов является не столько моментом теоретического характера, сколько фундаментальным аспектом отношения к происходящим структурным изменениям и сдвигам. Это подчеркивается и «зависимостью от прошлого», и наличием «институциональных ловушек», которые, в сущности, являются составляющими социально-эволюционной теории развития. Таким образом, систематизация проблемы исследования должна сводиться не только к её структуризации, но и должна быть дополнена институциональным анализом.

В рамках принципов диалектического метода познания, целью структуризации проблемы является её декомпозиция на существенные аспекты. На этапе изучения проблемы можно выделить четыре уровня исследования, которые рассматриваются как структурообразующие единицы системы: во-первых, институциональный; во-вторых, теоретико-методологический; в-третьих, экономико-математический анализ групп показателей; в-четвертых, прикладной. Структуризация проблемы начинается с выделения её сути, ядра, обоснования актуальности. Далее конкретизируется каждый уровень исследования, с детальной разбивкой по направлениям и задачам.

Институциональный аспект изучает явление с точки зрения эволюции институтов его формирующих, т.е. посредством анализа проблемы сквозь призму его исторического

развития. Таким образом, выявляются тенденции и факторы, влияющие на состояние объекта исследования в определенные промежутки времени, обеспечивается целостное представление о характере и взаимосвязях с другими объектами. Это позволит объективно оценить его состояние и выявить степень влияния на него макроэкономической ситуации, что является предельно важным в условиях переходной экономики, отличительная особенность которой состоит в слабости или абсолютном отсутствии институтов на первом этапе трансформации. Последнее связано как с изменением направления пути развития, так и с адаптационным периодом становящегося нового механизма хозяйствования, что требует общественной, законодательной и экономической инициативы.

При теоретико-методологическом обосновании ядра проблемы следует выделить её политэкономическую сущность, методологию определения и методику исчисления. Уточнение понятийного аппарата повысит точность используемых формулировок и конкретизирует правильность используемой методики и методологии в данном конкретном случае.

Экономико-математический анализ показателей, факторов, тенденций изучаемого явления даст представление о его современном состоянии и позволит определить закономерности его формирования и изменения. В частности, посредством факторного корреляционно-регрессионного анализа можно судить о степени влияния заданных критериев на резульативный показатель, а посредством построения экономико-математической модели можно получить оптимальное значение изучаемого показателя при заданных условиях.

Прикладной аспект выявит практическую значимость предложенных мероприятий по совершенствованию используемых механизмов за счет адаптационных экспериментов по её внедрению. На основании этого можно провести прогнозирование и планирование развития на перспективу. Декларируя экономические регуляторы лоббирования для достижения поставленных целей, изначально вырабатывается инструментарий разрешения противоречивых ситуаций.

В совокупности предложенная методология исследования проблемы отличается своей гибкостью в подходах к изучению долгосрочных тенденций и в определении степени их влияния на социально-экономическое положение. Это достигается за счет, главным образом, объединения системного подхода и институционального анализа, что позволяет учесть больше количественных и качественных характеристик трансформирующихся, подчас стихийно, объектов исследования, подвергающихся реформированию. Что играет важную роль в период несформировавшейся рыночной экономики, когда не только участники самого рынка, но и государственные органы экспериментируют и в правилах игры, и в методах достижения намеченных стратегических целей.

Сотовая связь как информационно закрытый рынок телекоммуникаций

Калашников Александр Александрович

аспирант

Ставропольский государственный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: Armen83@rambler.ru

Современный рынок телекоммуникационного оборудования довольно сложен по своей структуре. В последние три года крупнейшие мировые производители телекоммуникационного оборудования столкнулись с существенным снижением спроса на свою продукцию, прежде всего со стороны операторов связи, которые создали излишние мощности во времена интернет-бума.

В отличие от цивилизованных рынков, которые давно уже являются прозрачными, рынок оборудования связи в России в значительной степени остается информационно

закрытым. Точные данные об объеме продаж оборудования в нашей стране фактически отсутствуют. Во-первых, сами иностранные вендоры не склонны разглашать точные и подробные сведения о продажах в нашей стране. Во-вторых, отечественные производители, не являясь публичными компаниями, также не горят желанием делиться своими финансовыми показателями. Официальная статистика Минсвязи России, Госкомстата и других государственных структур дает далеко непрозрачную картину происходящего на российском рынке оборудования связи.

«Мобильный» бум, продолжающийся в нашей стране, дает возможность хорошо заработать как многочисленным производителям мобильных телефонов, так и поставщикам инфраструктурного оборудования для сотовой связи. Кроме того, завершается процесс развития сотовых сетей следующего поколения, в том числе стандарта IMT-MS-450 (технология CDMA-450), где основными претендентами на роль поставщиков являются американская Lucent Technologies, канадская Nortel Networks и китайские ZTE Corporation и Huaway Technologies.

Применительно к рынку оборудования быстрое поглощение мелких компаний сотовой связи привело к контролю операторами «большой тройки» (МТС, ВымпелКом, Мегафон) 90% всего объема закупок соответствующей инфраструктуры. При этом поглощенные компании получают возможность производить расширения по низким ценам «материнских» компаний, а остающиеся мелкие независимые операторы сокращают объем вложений, чтобы не расхотать имеющуюся наличность в неравной борьбе.

Пока же ни о какой остановке роста объемов продаж на отечественном рынке сотовой связи речи не идет. Во второй половине 2004 года темпы роста совокупной абонентской базы всех российских операторов даже ускорились, что, впрочем, является характерным сезонным колебанием. Так, если в первые месяцы количество новых подключений ненамного превышало 1,5 млн. человек в месяц, то, начиная с июня, ежемесячный рост числа пользователей составлял от 1,8 до 2,2 млн. человек. Высокие темпы роста новых подключений обеспечили положительную динамику прироста совокупной абонентской базы. Но, развитие российского рынка сотовой связи достигло фазы, когда увеличивать доходы исключительно от услуг по передаче голоса становится все труднее. Таким образом, для поддержки равновесия операторов сотовой связи, необходимо поддерживать предлагаемые операторами дополнительные услуги по передаче данных, которые охотнее всего воспринимаются молодыми людьми.

Любое изобретение, сделанное одним человеком или организацией, рано или поздно тщательно изучается другим человеком или организацией с целью извлечения определенной прибыли. Для компаний-конкурентов такой подход — основа производственной и маркетинговой политики, для других организаций и частных лиц анализ технологии — источник махинаций и личного незаконного обогащения. Сфера телекоммуникаций не стала исключением.

По оценкам специалистов, в настоящее время общемировые потери операторов связи от различных форм мошенничества составляют 35–40 млрд. долл. в год. Например, клонирование SIM-карт является одним из наиболее распространенных явлений, с которым сталкиваются операторы сотовой связи. Клонирование SIM-карт позволяет злоумышленникам совершать анонимные и довольно продолжительные звонки в различные регионы, связь с которыми, как правило, стоит очень дорого. Только улучшение и развитие новых алгоритмов шифрования, приведет к более заметному спаду клонирования SIM-карт.

В России количество пользователей сотовой связью намного больше, чем интернет-пользователей, поэтому и людей, пользующихся SMS, намного больше. Если со спамом, который приходит на электронные ящики практически всех пользователей интернета, научились бороться, то спам, рассылаемый на мобильные телефоны — совершенно новое явление, и как с ним бороться — мало кто представляет в настоящее

время. Для обеспечения абонента соответственным уровнем связи и услуг, надо обезопасить абонента от спама, поступающего по SMS-каналу или ограничить его, в количестве операций, при удалении того или иного сообщения.

Анализ развития сотовой связи, позволяет заключить, что предлагая новые технологии, обезопасив абонента и предоставляя ему качественное обслуживание, приемлемую ценовую политику, установив единый трафик, делая ставки на качественный уровень передачи данных, российский рынок сотовой связи сможет стать информационно открытым и доступным как ближнему, так и дальнему зарубежью.

**Развитие интернационализации национальной экономики:
опыт Республики Беларусь**

Калинин Дмитрий Станиславович

аспирант

Беларусский государственный университет, Минск, Беларусь

E-mail: kalinin_dim_dim@rambler.ru

Нарастающий процесс глобализацией мировой экономики, предполагает более грамотную, оперативную, гибкую политику со стороны каждого правительства. В таких условиях по-новому смотрятся судьбы развивающихся стран и стран с переходной экономикой. Для этих стран назрела острая необходимость обозначить свое место в мировом хозяйстве и определить глобальную стратегию своего развития.

Включение в мирохозяйственные процессы — это сложный и длительный процесс для каждой экономики, но он соответствует ведущим тенденциям мирового развития и национальным интересам. Вопрос состоит не в том, включаться или не включаться в международное разделение труда, вопрос в другом — какими темпами, в каких наиболее приоритетных направлениях и, самое главное, с какими межотраслевыми пропорциями налаживать международное взаимодействие?

Наиболее приемлемым вариантом для экономик постсоветского пространства является «точечное» вхождение в международное разделение труда на уровне отдельных предприятий. Основанием для этого служит неразвитость рыночных отношений и ограниченность финансовых (инвестиционных) ресурсов. Рациональный подход с выделением узкого сегмента целевой поддержки государством определенных предприятий позволит обеспечить быстрое и эффективное развитие избранного сегмента промышленного производства. Таким образом, необходима разработка стратегии структурных преобразований направленных на селективное развитие конкретных производств, способных выпускать достаточно качественную продукцию и адаптироваться к условиям внешней конкуренции, а в перспективе – завоевать ряд внешних рынков. Развитие именно таких производств позволит обеспечить быстрый экономический рост.

Особую важность для экономик стран (СНГ) приобретает стратегия, предусматривающая проведение единой промышленной и внешнеторговой политики, что само по себе обуславливает необходимость формирования и стимулирования развития отечественных ТНК на базе наиболее перспективных предприятий. Это положение подтверждается мировым опытом, поскольку после второй мировой войны достигли экономических успехов только те развивающиеся страны, которые пошли по пути включения наиболее конкурентоспособных звеньев своих экономик в индустриальный костяк мировой экономической системы на базе построения своих собственных ТНК. Сегодня государству необходимо сконцентрировать внимание на двух–трех приоритетных направлениях, позволяющих создать новые отечественные ТНК. Приоритетами данного процесса должны стать предприятия базовых отраслей экономик стран СНГ, которые имеют сейчас реальный выход на мировые рынки со стратегическими валютоформирующими ресурсами, кроме того, предприятия,

обладающие высокотехнологичным производством или близким к нему; и предприятия, которые в перспективе могут стать экспортными на базе высоких технологий.

Формирование транснациональных и международных компаний должно происходить в два этапа. На первом создается головная компания с определенной страной (членом СНГ) базирования, на втором прорабатываются вопросы ее расширения за счет включения предприятий и финансово-кредитных структур других государств. В условиях глобализации странам СНГ было бы ошибочно затягивать переход к подобной системе развития. Для реализации этой стратегии необходим переход от торгово-посреднической к воспроизводственной модели внешнеэкономических связей, которая является основой мировой экономической системы.

Показательным примером развития национальной экономики на базе мобилизации и концентрации инвестиционных резервов исключительно на нескольких отечественных предприятиях, имеющих наибольший потенциал для развития, является Республика Беларусь. Ставка сделана на несколько крупных «концентраторов» научно-технической мысли, таких как: Минский автомобильный завод, Белорусский автомобильный завод, Минский завод колесных тягачей, Минский тракторный завод, Белорусский металлургический завод. Это позволяет крупным отечественным предприятиям выстоять в конкурентной борьбе в международном масштабе, а также расширять их позиции на рынках других стран.

Опыт развития экономики Республики Беларусь однозначно показывает, что развитие интернационализации отечественных предприятий позволяет конкурентоспособным и перспективным в своем развитии предприятиям, направлять усилия на постоянное и неуклонное расширение экспорта продукции. В этом – экономическая основа динамичного развития, как самих предприятий, так и экономики страны в целом.

Foreign Direct Investment and Economic Development of Kazakhstan

Каппаров Касымхан Ноянович

студент

Казахский Национальный Университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

E-mail: kasytghan@ok.kz

Investment is a key component of economic growth. The characteristics of economic growth mostly depend on the level of capital stocks. The investment component played an important role in economic rise of such industrially developed countries as the USA, Germany, France, Japan and the Great Britain. It was brightly showed in 1960s, when high investment activity in these countries was accompanied by significant growth rates of GNP. FDI plays a more significant role in the economic growth of developing countries. The role of FDI in promoting economic growth in developing countries is steadily increasing in the last decade. The share of FDI in capital inflows in all emerging markets increased from 11% in 1990 to 31% in 2000 [1]. Thus, it is expected that FDI will be the main vehicle of foreign financing in developing countries for years to come.

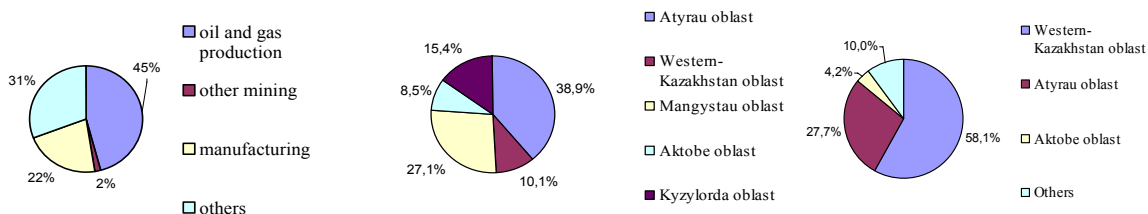
The big role of FDI in promoting economic stability became obvious after the collapse of the USSR and rapid decline in the capital stocks in the economy of the New Independent States. The inflow of FDI in years of reforming allowed Kazakhstan to avoid catastrophic consequences of economic crisis and has put in pawn the bases for the subsequent steady development of several branches of economy. The foreign investments inflow allowed preventing the sharp decline in production in industry, to solve the problem of renewing the basic production assets and to realize number of major social projects.

Cumulative inflow of FDI in the first years of reforms (1991–1996) has made about 2.2 bln USD. By the FDI inflow per capita (150 USD) Kazakhstan took the first place among the CIS countries. The role of foreign investments in the republic's economy is steadily rising.

Kazakhstan took the 9th place (1,143 mln USD) in 1998 by the volume of attracted FDI among the Asian countries, and the 7th place (2,138 mln USD) in 2003. The raise of FDI inflow per capita parameter brings Kazakhstan the 8th place (with 42 USD in 1991-1993 and 87 USD in 1998-2000) in Asia [2].

In the period of 1993–2003 Kazakhstan attracted more than 23 bln USD of FDI. The main countries-donors of FDI to Kazakhstan are the United States of America (29.9%), Great Britain (16.1%), the Netherlands (7.4%), Italy (7.0%), Switzerland (6.3%). It should be marked that FDI inflows in Kazakhstan by industry branches particularly differ from the existing global FDI trends. The United States, the main producer of FDI in the world, invested 1,520.9 bln USD in the economies of foreign countries in 2002. The share of investment in services was 67.2% against 44.8% in 1990, the share of manufacturing 25.8% and 38.9% accordingly, whereas the share of mining industry declined from 15.3% to 5.3% and the share of oil-producing industry declined accordingly from 13.5% to 3.4% [3].

FDI has influenced the steady rates of economic growth in Kazakhstan in recent years. The rates of growth of Kazakhstan were 9.8% in 2000, 13.5% in 2001, 9.5% in 2002, 9.0% in 2003 and 9.2% in 2004. The major characteristic of FDI inflow into Kazakhstan economy is its direction mainly in oil-producing regions and oil-production industry (54.3% of total FDI inflow in 1993–1999). The structure of FDI inflow, the share of regions in oil-producing and regional diffusion of FDI is presented in Figure.



The better understanding of the nature of FDI and its role in economic development of Kazakhstan needs the determination of factors influencing the volume of foreign inflows. The following questions are of the special interest - what factors caused the high investment activity of foreign companies and in what measure they were dictated by the presence of rich stocks of mineral resources in Kazakhstan (first of all oil and gas), and in what degree they depend on macroeconomic policy of the host country.

The measurement of factors influencing FDI has some difficulty because of the lack of theoretically models on FDI. To cover the goals of research the next general view of model was taken: $FDI = f(NRE, CR, X')$, where NRE — Natural Resource Endowment, will be taken as a ratio of raw-materials export to export as a whole. The determinant that is unrelated to policies and invariant during the sample period, CIR – Countries Investment Rating, the rating classification of Kazakhstan made by Moody's rating agency. This determinant reflects the institutional characteristics of economic environment and investment attractiveness of republic including noneconomic factors, X' – other factors which will be determined during the research.

The results of research will determine and estimate the factors influencing the FDI inflow in Kazakhstan, and estimate the impact of FDI on economic growth.

References

1. Jose De Gregorio (2003) The Role of Foreign Direct Investment and Natural Resources in Economic Development. Central Bank of Chile Working Papers, #196.
2. Foreign Direct Investment in Developing Asia. Asian Development Outlook 2004. Part 3. Asian development bank. p. 218
3. Зименков Р., Романова Е. Американские ТНК за рубежом: стратегия, направления, формы // Международная экономика и международные отношения, 2004, №8, С. 45–53.

Состояние инвестиционной деятельности иностранных компаний в современной российской экономике

Ким Ю Жеонг

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

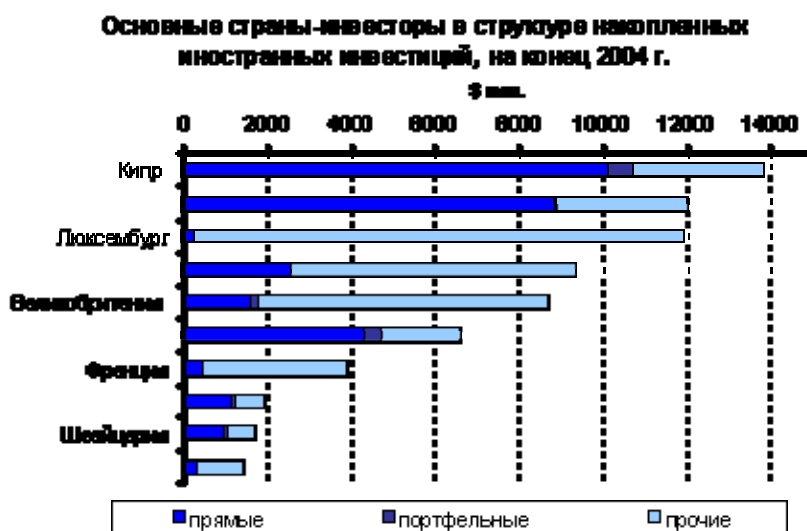
E-mail: kimyu7@mail.ru

Для сохранения высоких темпов роста экономики, и, в частности, инвестиций в основной капитал и притока иностранных инвестиций Правительство Российской Федерации продолжает деятельность, направленную на улучшение инвестиционного климата и устранение имеющихся сдерживающих факторов.

В экономике страны произошел целый ряд позитивных изменений, большинство из которых нашли отражение в заметном улучшении инвестиционного климата. По темпам экономического роста в последние годы Россия уверенно входит в число лидеров мирового сообщества. На современном этапе развития России для воспроизводства производственных фондов только в базовых отраслях требуется не менее 100 млрд. долл. капиталовложений в год. Задачи роста ВВП и структурной перестройки экономики значительно увеличивают данную потребность. Реализация поставленной Президентом В.В. Путиным задачи удвоения ВВП к 2013 г. потребует, по некоторым оценкам, не менее 1,1 трлн. долл. инвестиций, в том числе прямых иностранных - не менее 170 млрд. долл. Фактически речь идет об удвоении общего объема инвестиций в основной капитал и об учетверении объема прямых иностранных инвестиций по сравнению с 1995– 2002 гг. Поэтому уже в 2004г. годовой объем инвестиций должен составить не менее 80 млрд. долл., в том числе прямые иностранные — 12 млрд. долл.

Накопленный иностранный капитал в экономике России на конец 2004 г., согласно данным Росстата, составил \$82 млрд., что на 43,8% больше по сравнению с 2003 г. Доля прочих инвестиций, осуществляемых на возвратной основе, в накопленном иностранном капитале увеличилась до 54% (на конец 2003 г – 51,7%). Доля прямых инвестиций несколько сократилась (до 44,1% с 45,8% в 2003 г.), а портфельных до 1,9% (2,5%).

На группу основных стран-инвесторов (Кипр, Нидерланды, Люксембург, Германия, Великобритания, США, Франция) в общем объеме накопленных иностранных инвестиций приходится 80,7%, в том числе по прямым инвестициям – 77,6%.



Всего за 2004 г. в экономику России поступило \$40,5 млрд. иностранных инвестиций, что на 36,4% больше, чем в 2003 г. В частности, в IV квартале т.г.

поступление иностранных инвестиций ускорилося, объем увеличился на 29,4% АППГ и составил \$11,4 млрд. Напомним также, что в 2003 г. прирост иностранных инвестиций в экономику страны составил 50,1% (\$29,7 млрд.).

Нужно отметить, что в 2004 г. состоялось ряд крупных сделок по покупке долей в российских компаниях иностранными инвесторами (покупка ConocoPhillips 7,6% акций ЛУКОЙЛа, сделки в потребительском и финансовом секторе). Кроме того, из крупных следует отметить проекты Royal Dutch / Shell по инвестированию в проекты «Сахалин-1» и «Сахалин-2». При этом, очевидно, что ряд известных событий в 2004 г. (фактор ЮКОСа) оказали сдерживающее влияние на приток иностранного капитала в страну.

В целом при сохранении благоприятной макроэкономической ситуации в стране и сглаживании позиции государства по отношению к инвесторам и бизнесу в целом в 2005 г. можно ожидать увеличение темпов прироста иностранных инвестиций. Существуют колоссальные резервы для увеличения объемов поступлений инвестиций в Россию, особенно это касается прямых инвестиций. При этом нужны условия, которые в первую очередь гарантируют сохранность и надежность средств, равные и не меняющиеся для инвесторов правила игры.

Одной из приоритетных задач для России остается создание условий для роста инвестиционной привлекательности, формирование благоприятного климата для иностранных инвестиций, прежде всего прямых и/или долгосрочных.

Национальная экономика России в современном мире

Коблева Сусанна Султановна

студентка

Ставропольский государственный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: Armen83@rambler.ru

Характер исторического развития страны, социально-политические события конца 20-го века в России породили ряд крупных проблем современности. Прежде всего связаны они все с невозможностью полноценного становления экономики страны. Большую угрозу представляет крайняя нестабильность распределения материальных благ и глубокая дифференциация состояния различных регионов страны. Это отнюдь не локальная проблема отдельного региона, а дилемма, которая порождает ряд противоречий в формировании политики государства в целом. Так уж вышло, что сегодня страна развивается не как монолитная, гармоничная структура, а как разрозненное образование и в ряде возникающих проблем надо выделить вопрос отсутствия целенаправленности развития. Даже при наличии такого громадного потенциала, причем во всех направлениях, мы не реализуем и сотой доли своих возможностей. Вопрос экономической устойчивости напрямую зависит от политической стабильности и сбалансированности путей политического развития.

Россия старается соответствовать современным требованиям в области экономических путей развития, предпочитая путь становления рыночной экономики, глобализации, демократизации. Но как успешно у нас это получается и насколько мы готовы к этому процессу? В рамках Федерации, страна имеет малое количество весомых геополитических центров, но даже они не готовы к такому масштабному столкновению как глобализации нашей экономики. Связано это с незрелостью нашего рынка. Наиболее эффективно работающими отраслями для нас сегодня стали добыча сырья и ее экспорт. Россия не оправилась от экономического шока, которую она пережила, наш доход — это по сути только нефтедоллары. Наша страна не просто неконкурентоспособна, по сути она далеко не индустриализирована, ей требуется элементарно восстановить производство. Сегодня многие серьезные экономисты считают, что наше отечество интересуется мировых лидеров прежде всего как сырьевой придаток, как большой рынок сбыта.

Не менее актуальной проблемой является для нас коррумпированность, причем на всех уровнях власти. Это порождает ряд проблем для тех компаний, которые желают развиваться, работать, наращивая свои обороты, но сдерживающим фактором для них выступают административные и властные аппараты. Преобладание лоббистских интересов над общенациональными дали о себе знать.

Остро стоит вопрос ведения дел в компаниях, высокая степень серой наличности, ведении двойной бухгалтерии, сокрытие доходов, незаконное и нелегализованное предпринимательство, причем немалых масштабов. Несмотря на стремление понизить налоговое бремя и стимулировать добросовестное предпринимательство, результаты этих мер, к сожалению, не особо радуют. Приходится констатировать, что «метод пряника» без «кнута» не дает желаемых результатов.

Страна не ценит человеческий ресурс. Огромное количество высококлассных специалистов ежегодно покидают нашу страну, и государство не задумывается о тех потерях, которые мы несем в связи с этим. А ведь это невозобновимые потери, как социальные, так и экономические, и первые результаты этих потерь нам приходится ощущать уже сегодня. Так, даже в таком динамически развивающемся, и богатом центре как Москва, существует парадоксальная вещь, на должность топ-менеджера приходится приглашать за большие деньги представителей других стран, т.к. трудно найти своих специалистов. Ценится зарубежное образование, и зарубежные специалисты, в то время как наши ресурсы мигрируют. Страна просит поддержать отечественного производителя, в то время, как она не научилась уважать потребителей своей продукции, принимать на высокооплачиваемую работу своих специалистов.

Можно сказать, что в определенной степени, Россия ведет политику протекционизма, стараясь обезопасить своих предпринимателей, но даже в таких условиях, часто приходится слышать о возникновении проблем вызова доверия к отечественным компаниям. Это вопрос масштабный, и начинается он от простого выбора банка, куда вкладывать деньги, до выбора марки автомобиля. Зарубежное присутствие на нашем рынке, даже при том, что уровень цен у них выше, рассматривается гражданами прежде всего как присутствие более конкурентоспособной продукции, борьбы с которой не мы не выдерживаем. Парадоксально, но это не вызывает стремления улучшить качество выпускаемой продукции в нашей стране.

Россия не готова к открытой конкурентной борьбе, она не созрела для глобализации, к масштабной экспансии со стороны зарубежных компаний и организаций. Если страна сделает существенный шаг в этом направлении, она по сути откажется от возможности когда-либо стать самостоятельным и сильным государством. Оружие хранит нашу безопасность, но этот фактор слишком слабый, чтобы чувствовать себя действительно защищенными. Слабое отечественное производство, возрастающая значимость импорта товаров, приведет к экономической и политической хрупкости страны, и ее зависимости. Отсутствие возможности самостоятельно принимать приоритетные решения, для нас повлечет незамедлительно усугубление существующих проблем. Поэтому единственный приемлемый путь для нас сегодня, это всерьез осознать те задачи, которые перед нами стоят, конструктивно их обсуждать и решать.

Естественная монополия:

неоклассическая и неинституциональная методология исследования

Коваль Ольга Васильевна

молодой ученый

Новороссийская государственная морская академия, Новороссийск, Россия

E-mail: pfokov@rambler.ru

Категория «естественная монополия» является предметом исследования как неоклассического направления экономической теории, так и неинституционального.

Неоклассическая школа определяет естественную монополию как отрасль, в которой экономия, обусловленная ростом масштабов производства, столь велика, что продукт может быть произведен одной фирмой при более низких средних издержках, чем, если бы его производством занималась не одна, а несколько фирм. В свою очередь неинституциональная школа под естественной подразумевает монополию, которая существует на основе барьеров, обусловленных особенностями производства и реализации продукции.

Сравнительный анализ вышеуказанных определений естественной монополии позволяет судить об их близости. Оба определения используют категориальный (термин «барьеры входа-выхода» впервые был введен представителем неоклассического направления Дж.Бэйном) и методологический аппарат (индивидуализм, рациональный максимизирующий выбор, статичность анализа) неоклассики. С этой точки зрения закономерным является вопрос о правомерности отнесения определения естественной монополии через барьеры входа-выхода к неинституциональному подходу или, более конкретно, о правомерности рассмотрения данного определения как самостоятельного подхода к изучению данной категории.

Принято считать, что современный институционализм включает два ясно выраженных направления: (1) традиционный или «старый» институционализм; (2) «новый» институционализм (неинституционализм).

Анализ философских, методологических и теоретических оснований обоих направлений позволяет сделать вывод об их принципиальных различиях. Более того, даже основная категория «институт», единственное, что однозначно объединяет оба направления, понимаются этими направлениями по-разному.

По сути, новая институциональная экономическая теория является продолжением неоклассики, поскольку в различных формах ею используются философские (картезианство, логический позитивизм, атомизм, механицизм) и методологические (максимизация полезности, методологический индивидуализм, экономическое равновесие) предпосылки неоклассики. Все это объясняет сходство вышеуказанных определений естественной монополии. Хотя было бы не совсем корректно говорить о полной идентичности данных определений.

Как уже отмечалось выше, впервые термин «барьеры входа-выхода» был введен представителем неоклассического направления Дж. Бэйном. Дж.Бэйн определял барьеры как условия входа, при которых действующая фирма может устанавливать цену выше минимума средних издержек производства и реализации без привлечения в данную отрасль новых фирм. Дальнейшее развитие термин «барьеры входа-выхода» получил в работах Дж. Стиглера, Дж. Фергюсона и других. У Дж. Стиглера барьеры входа — это издержки производства, с которыми сталкиваются новые фирмы, но которые не несут уже действующие в отрасли фирмы. Дж. Фергюсон определяет барьеры как факторы, которые обеспечивают неприбыльность входа в отрасль, несмотря на возможность действующей в рамках отрасли фирмы устанавливать цены, превышающие предельные издержки, и извлекать устойчивый монопольный доход. Очевидно, что в рассмотренных определениях акцент делался на таких характерных для неоклассического подхода категориях, как издержки, цена, норма дохода, прибыль.

Только осознание и принятие того факта, что любой вид барьеров, в том числе и выраженный через категории неоклассической теории, представляет некую асимметрию в возможностях, которыми обладают фирмы-инсайдеры и аутсайдеры (именно так впервые определил барьеры входа-выхода Г.Демсец), позволяет классифицировать определение естественной монополии через барьеры входа-выхода как неинституциональный подход к изучению данной категории. Данная позиция обусловлена тем, что именно неинституциональная теория впервые заявила, что экономические агенты действуют в мире полном риска и неопределенности, в условиях

дорогостоящей, неполной (асимметричной) информации и изначально неравных возможностей; тогда как неоклассическая теория исходит из заданности условий деятельности (совершенства / симметричности информации и равных возможностей).

Методологическая близость неоинституционализма к неоклассическому направлению объясняет сходство в определении категории «естественная монополия». Но поскольку неоинституционализм, признавая родство с неоклассикой, заявляет о себе как о самостоятельной, становящейся исследовательской программе, логично требовать от неоинституционализма подхода к рассмотрению естественной монополии, адекватного неоинституциональному методологическому и категориальному аппарату. Соответственно новое определение естественной монополии может быть выражено непосредственно через такие категории как «институт», «контракт», «транзакционные издержки», «оппортунистическое поведение» и т.д.

В качестве примера неоинституционального определения естественной монополии мы предлагаем следующее: естественная монополия — институт, транзакционные издержки которого настолько высоки по сравнению с издержками контроля, что это делает производство продукции (товаров, услуг) в рамках одной фирмы более эффективным, чем в рамках двух и более фирм.

Литература

1. Кудряшова Е.Н. Институциональные соглашения в условиях естественной монополии. М.: ИНФРА-М, 2004.
2. Московский А.И. Институциональная экономика: вводный курс. М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2003.
3. Шаститко А.Е. Альтернативные формы экономической организации в условиях естественной монополии. М.: ТЕИС, 2000.
4. Шаститко А.Е. Новая институциональная экономическая теория. М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2002.
5. Bain J.S. Barriers to new competition. – Cambridge: Harvard University press, 1956.
6. Demsetz H. Barriers to entry // The American Economic Review. – 1982. – Vol.72, № 1.
7. Ferguson J.M. Advertising and Competition: Theory, Measurement, Fact. – Cambridge: Ballinger, 1974.
8. Stigler G.J. The Organisation of Industry. – Homewood: Richard D.Irwin, 1968.

Модернизационный этап экономического транзита

Коврыжко Вера Витальевна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: verulya@mail.ru

Экономические преобразования в Российской Федерации вызвали к жизни особое социальное явление — транзитивное состояние общей экономической системы. Речь идет о новом социальном феномене, порожденном эпохой быстрых и радикальных перемен. Транзитивная экономика подвержена особому динамизму и трансформациям, поэтому изучение данных изменений является исключительно актуальным, имеет важное теоретическое и практическое значение для определения перспектив развития экономической системы России. Экономический транзит представляет собой перемещение в пространстве и времени от одних агентов хозяйственного механизма к другим элементов производительных сил и отражающих высокий уровень зрелости их прогрессивных экономических отношений в целях достижения более высокой эффективности общественного воспроизводства.

В настоящее время термин «транзитивность» рассматривается многими учеными как переход от административно-плановой экономики к рыночной, но транзитивность

понятие более сложное и многогранное. Это состояние экономики, при которой происходят процессы трансформации, преобразования экономических отношений, это постоянный онтологический переход из одного качественного состояния в другое, более прогрессивное, минуя, как правило, определенные состояния. Условием транзитивности экономических отношений является ацикличность — эти отношения не должны образовывать круг. Примером экономического транзита может служить следующая теоретическая модель: командно-административная экономика — переход (транзит) — рыночная экономика. Экономический транзит можно рассматривать как особый тип общества, изучение своеобразных черт которого позволяет точнее, понять общие закономерности трансформирующихся экономической систем.

Для экономического транзита и прошлое, и будущее не определены. Стабильные инерционные периоды экономического развития геометрически совпадают с линией свершившегося исторического процесса. Транзитные же периоды идут «под углом» к этой линии. Они наполнены хаотическими и разнонаправленными тенденциями. Развитие неравновесных экономических систем является скачкообразным и нелинейным.

Первая стадия перехода — либерализация экономических отношений, перетекающая постепенно в формирование собственно рыночных отношений. Критический момент в середине этой стадии переходного процесса — изменение отношений собственности на средства производства (приватизация) и законодательное обеспечение новых экономических отношений. При этом либерализация экономических отношений является важнейшей стадией экономического транзита, успешное или неуспешное прохождение которой определяет устойчивость или неустойчивость сформировавшихся рыночных отношений как таковых.

Условия, механизмы и субъекты экономического транзита, в том числе соответствующие акторы, союзы, правила экономической действительности формируются (или не формируются) именно на этих первоначальных стадиях экономического транзита.

Поскольку транзитивные состояния включают элементы исходной и конечной системы, постольку переход одной экономической системы к другой сопровождается адаптацией системы к переходным, транзитным условиям. Адаптация составляет одну из сторон приспособления, связанную с изменением структуры и функции системы под влиянием среды, это процесс приведения аномальных состояний в соответствие с системой общественных норм и ценностей, поэтому одним из наиболее значимых результатов социальной адаптации может быть устранение или хотя бы смягчение различного рода диспропорций. Этот процесс осуществляется на основе коррекции (система мер, направленных на исправление или ослабление недостатков), компенсации (замещение или перестройка нарушенных функций системы) и других подобных мер.

Хотя в 1998 г. эксперты ЕС и Президент России в послании Думе характеризуют российскую экономику как рыночную, но это справедливо с точки зрения решения следующей группы задач: либерализация, приватизация, финансовая стабилизация. Но у переходной экономики есть более долговременные и серьезные задачи — запуск сформировавшегося рыночного механизма. Модернизационный этап российской экономики представляет собой процесс коррекции экономической системы. Российская система требует административной перестройки: технологической модернизации частного и государственного секторов. Но проводимая правительством «Административная реформа» (в частности «Закон о монетизации льгот») имеют ряд недостатков: в законе слишком жестко проведен раздел между федеральными и региональными уровнями, введены различные механизмы и режимы монетизации льгот.

Специфика экономического транзита в постсоциалистических странах, в том числе и в России в значительной степени определяется низким уровнем экономического сознания населения, противоречивостью и сложностью трансформации экономической системы. Это накладывает свой отпечаток на темпы и эффективность процессов трансформации.

Интеграция стран с переходной экономикой в мировое хозяйство

Комаровская Татьяна Викторовна

студентка

Санкт-петербургский государственный инженерно-экономический университет,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: hobbit_2002@list.ru

После распада мировой социалистической системы страны, являющиеся до этого его членами, начали переход от командно-административной системы к рыночному хозяйству. Во внешней политике это выразилось в интеграции в мировую экономическую систему. Однако в разных странах этот процесс происходит неравномерно.

Целью исследования является подвести итоги развития СПЭ (к которым относят страны ЦВЕ, Балтии, СНГ, Азии) и проанализировать их. Также были поставлены задачи обозначить основные проблемы, с которыми сталкиваются эти государства на современном этапе развития и попытаться найти их решения.

Необходимо также учитывать актуальность этой темы для развитых стран, стремящихся достигнуть стабильности в мире, что невозможно без учета интересов максимального количества членов мирового сообщества.

Оценивая общую ситуацию можно сделать вывод, что интеграция СПЭ в мировое хозяйство проходит успешно. Прогнозируется ежегодный рост ВВП на 3–4% , что, однако не позволяет сократить уровень безработицы, который держится в среднем на уровне 14 % в большинстве СПЭ¹. Большая ответственность лежит на правительствах этих стран, которые должны проводить особую политику в области занятости и найти правильные инструменты и пути гармоничной интеграции, которые бы ни коем образом не ухудшили благосостояние граждан. Следует также учитывать специфику азиатских стран, выбравших иную стратегию перехода к рыночной экономике.

Либерализация торговли, которая является составной частью интеграционного процесса, несет для СПЭ как положительные, так и отрицательные результаты. С одной стороны упрощается выход национальных производителей на мировые рынки товаров, услуг и капиталов, происходит «перелив» новейших технологий из экономики их торговых партнеров, а с другой СПЭ попадают в условия напряженной конкуренции, господствующей на мировых рынках. К тому же правительства СПЭ ведут политику защиты недавно возникших отраслей производства от иностранной конкуренции до момента обретения конкурентоспособности.

Региональные торговые блоки (зоны свободной торговли), объединяющие СПЭ, с одной стороны, могут содействовать экономической стабилизации в этих странах, но с другой создают опасность замедления развития новых, возможно еще более выгодных , торговых отношений с другим странами.

Важнейшей проблемой для большинства СПЭ является правильное определение своего места в системе общемирового разделения труда. Решить эту проблему можно путем диверсификации структуры их экспорта, особенно в развитые страны. Что касается импорта, предлагается увеличить долю машин и оборудования, чтобы ускорить техническую модернизацию их промышленности.

Ускорение темпов роста каждой страны невозможно без создания оптимального валютного пространства². На этом пути дает о себе знать проблема поддержания стабильности национальной валюты. СПЭ, обладающие значительным производственным потенциалом, но испытывающие нехватку внутренних

¹ Результаты экономических реформ в постсоциалистических странах//Проблемы теории и практики управления, 2003, №3, С.23.

² Доклад МВФ от 3 ноября 2000 года Страны с переходной экономикой: МВФ рассматривает их прогресс и перспективы.

капиталовложений, имеют возможность для получения заемных средств из внешних источников. Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) наилучшим образом отвечают этой цели и обеспечивают общий экономический рост, а также в значительной степени способствуют повышению уровня квалификации рабочей силы. Однако существует много барьеров на пути движения ПИИ. Среди них: высокое налогообложение, коррупция в государственных органах, инфляция, доступ к финансированию³.

В контексте глобализации переходный период оказался своего рода экспериментом дезинтеграции, который явно оказал неблагоприятное воздействие на экономические системы стран региона, таким образом, дезинтеграция не имеет смысла в качестве альтернативы глобализации. Реинтеграция, как между странами региона, так и в мировую экономику, которая позволила бы воспользоваться преимуществами глобализации, имеет решающее значение для социально-экономического развития стран с переходной экономикой. Однако в этом процессе СПЭ необходима помощь остальных стран мира.

Конкурентоспособность предприятия в условиях инновационного экономического роста

Коновалова Ольга Николаевна

аспирантка

Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия, Омск, Россия

E-mail: ol_ko2004@mail.ru

Экономический рост в России в 1999–2003 гг., во многом, является результатом воздействия благоприятной внешнеэкономической конъюнктуры и носит прежде всего экстенсивный характер. Потенциал ресурсоориентированной модели экономики практически исчерпан, сложились мощные барьеры роста, заключающиеся в пределах наращивания сырья и топлива, сокращении свободных мощностей, снижении численности трудоспособного населения, исчерпания запаса ценовой конкурентоспособности, наличия структурно-технологической неоднородности экономики.

Поддержание устойчивых темпов роста требует создания новой модели экономики и институтов развития для преодоления зависимости от экспорта сырья и топлива. Создание данной модели должно позволить достичь роста капиталоемкости в связи с реализацией новых проектов, привести к необходимости снижения ресурсоемкости и увеличению производительности труда, тем самым повысить технологическую и инновационную конкурентоспособность, обеспечить структурную диверсификацию экономики страны в пользу высокотехнологичного сектора (высокотехнологичных отраслей промышленности, связи и отраслей, инвестирующих в человеческий капитал), удельный вес которого в ВВП в 2004 году составил лишь 8,6% [1], а также переход к новым технологическим укладам деградировавших секторов отечественной экономики.

Ключевым институтом, от которого в решающей степени зависит темп и качество экономического роста, является предприятие, которое в современных условиях трансформируется. На передний план выдвигаются задачи формирования стратегического поведения и структуры, замена массовых ресурсов качественными. Эффективная конкуренция порождает стимулы для технологического прогресса и временной лаг, позволяющий использовать конкурентные преимущества. По данным опросов руководителей, проводимых ЦЭК, «благоприятным» или «хорошим» в течение 1994–2003 гг. признавали свое положение в среднем около 5% промышленных компаний, в отличие от «удовлетворительного» — 70% или «плохого» — 25% [2, с. 39]. Формирование предприятия, отвечающего потребностям повышения конкурентоспособности российской экономики, связано с его способностью реагировать

³ Trade and Development Report 2004. UNCTAD, 2004.

на спонтанно появляющиеся «окна возможностей», использованием высококвалифицированного персонала, комплексной информатизацией бизнес-процессов.

В современной ситуации время становится стратегическим фактором успеха предприятий, так как, во-первых, при запоздалом проникновении на рынок срока присутствия там не хватает, чтобы покрыть высокие постоянные затраты; во-вторых, может сформироваться новый стандарт, который будет предопределять дальнейшее развитие рынка. Одновременно возникает эффект запаздывания в получении реальных выгод от внедрения новых технологий, так как большинство инноваций в новой экономике являются сетевыми, для получения ощутимой прибыли должно пройти определенное время, за которое число пользователей достигнет технологического оптимума (сетевой эффект новой технологии). Таким образом, победа одного предприятия в конкурентной борьбе, не поддержанная всеми предприятиями системы, приводит к невыгодности кратковременного лидерства, поскольку оно перекрывается издержками от неравномерного развития и понижением спроса на продукцию или услуги данной системы предприятий. Этот эффект становится причиной непривлекательности инновационного бизнеса. Таким образом, в отношениях между предприятиями конкуренция должна быть дополнена координацией; чтобы обеспечить их устойчивое системное развитие в составе бизнес-систем и свести к минимуму риски провалов значимых для рынка организаций.

Для России актуальным является выбор оптимальных соотношений между промышленной и конкурентной политиками с ориентацией на синергетический эффект от использования активной инновационной и инвестиционной политики в секторах экономики. Государственная программа развития конкурентоспособности и эффективности должна предусматривать рост государственных капиталовложений и улучшение инвестиционного климата; стратегический подход к развитию ряда ключевых секторов; точечные налоговые, таможенные меры регулирования отдельных сфер бизнеса; создание новой прогрессивной институциональной среды в традиционно конфликтных секторах (лесное хозяйство, ЖКХ и ипотека, земле- и природопользование, интеллектуальная собственность); региональную политику развития, опирающуюся на формирование территориально-производственных кластеров; разработку системы мер и условий их реализации, направленных на максимизацию в долгосрочной перспективе социально-экономического эффекта за счет использования интеллектуального и технологического потенциалов; повышение престижа инновационного бизнеса; реформирование внутрифирменных и межфирменных отношений. Только такой подход может решить проблемы перехода от несистемного, очагового и неинновационного роста к системному, устойчивому и самоподдерживающемуся развитию российской экономики.

Литература

1. Аккерман Е. Выплыть из нефти // Экономика и жизнь, № 4, 2005. С. 2-3.
2. Клейнер Г. Микроэкономические факторы и ограничения экономического роста // Проблемы теории и практики управления, № 6, 2004. С. 38-43.

Культурная однородность как основа стабильного экономического развития интеграционных союзов

Копяков Александр Юрьевич

студент

Донецкий национальный университет, Донецк, Украина

E-mail: djahe@mail.ru

Сегодня ЕС является наиболее успешным интеграционным объединением современности, представляя собой достаточно единое политическое, экономическое и

культурное поле. Общая система ценностей, которую чаще называют «западной», является тем фундаментом, основой, на которой зиждется всё европейское сообщество в целом, в частности — Евросоюз. Исходя из этого возникает несколько вопросов. Является ли культурная однородность тем фактором, который обеспечивает устойчивое экономическое развитие ЕС? Является ли она основой экономического развития других экономических объединений, в частности СНГ?

История и анализ интеграционных процессов в Европе позволяет сделать небольшой, но весьма существенный вывод: западно-европейская модель интеграции формировалась на основе католической и протестантской культур. Католическая церковь играла и продолжает играть одну из главных ролей в этом процессе. Лишь два православных государства, Греция и Кипр, являются членами ЕС, но Греция, несмотря на довольно длительный опыт членства, продолжает оставаться экономически наименее развитым государством Европейского Союза. Именно фактор культурной однородности является одной из причин того, что Турция в течении многих лет безуспешно стучится в двери Сообщества.

Понятие «Евросоюз» практически стало синонимом понятия «Европа». С точки зрения участников Лиссабонского саммита (1992 г.), «Европа сочетает в себе элементы географического, исторического и культурного характера, близости идей и ценностей, которые вместе способствуют созданию европейской идентичности». Исходя из вышесказанного, напрашивается вывод: ЕС представляет собой единое геополитическое, геоэкономическое и геокультурное пространство на основе не только политико-экономических принципов, но и в достаточной степени культурно-идеологических.

И всё же Европейский союз — объединение в большей степени экономическое, чем политическое. Вопросы экономического характера выходят на первый план и среди государств-членов ЕС, и среди стран, желающих в него вступить. И общая система ценностей играет тут весьма важную роль. В чём же причина этого? По-нашему мнению, она кроется в самом характере религиозных убеждений европейцев, а именно в католицизме и протестантизме, которые оказали существенное влияние на развитие капиталистических отношений в Европе, западных принципов демократии. Эта идея, высказанная в конце XIX века известным австрийским социологом Максом Вебером, находит своё подтверждение сегодня, в экономических успехах Евросоюза. Сегодня ЕС — не только один из мировых финансовых центров мира, но и один из полюсов международной политики, способный влиять на всю систему современных международных отношений. Несмотря на некоторые просчёты и неудачи, единая европейская валюта — евро — стала достойным конкурентом доллара. И культурная однородность, общая система ценностей (гарантия защиты частной собственности, плюрализм мнений и равенство) как инструментальный воздвизания играет здесь немаловажную роль. Культурная гомогенность, сходство, единство вызывают более быстрое нахождение решений и по политическим, и по экономическим вопросам, а значит повышается эффективность, качество и результат.

С этой точки зрения достаточно актуальным выглядит вопрос у будущем двусторонних отношений России и Украины. Обратимся к цифрам. По данным официального сайта украинского Правительства, в 2004 году уровень экспорта в Германию, Турцию, США, Италию, Польшу, Китай и Венгрию составил около 30%. Уровень импорта также составил 30% (Германия, Туркменистан, Польша, Италия и США). Но это без России. Товарооборот между Россией и Украиной в 2004 году составил: 18% экспорта и 41,2% импорта. Более того, по данным Министерства статистики Украины аналогичный показатель со странами СНГ за первую половину года вырос с 38,32% до 38,38%. Цифры наглядно показывают, что Россия была и остаётся главным торговым партнером Украины. Но могут ли успешно развиваться торгово-экономические связи между двумя странами, если брать в учёт только экономический, а не культурный фактор. С нашей точки зрения, это невозможно. Опыт ЕС это наглядно

показывает и доказывает. Гармоничное соединение политического, экономического и культурного фактора представляет собой прекрасный пример для других интеграционных союзов, в частности СНГ и ЕЭП. И цифры наглядно показывают, что торгово-экономические связи со странами ЕС, находятся на более низком уровне, по сравнению с Россией и СНГ.

Однако, в ключе данной работы, следует отметить: в состав СНГ входят достаточно гетерогенные по своему составу государства. Преимущественно православные Россия, Украина, Беларусь и Молдова, мусульманские страны Центральной Азии, кавказские республики. За 14 лет это интеграционное объединение не выходило за рамки деклараций, и реальных успехов в экономическом плане как не было, так и нет. Культурная гетерогенность вызывает существенные расхождения во взглядах и политического, и экономического, и стратегического характера. Именно в этом я вижу одну из главных причин неудач этой организации в качестве модели интеграции. Система не может быть устойчивой при различии элементов её составляющих. ЕЭП в этом плане выглядит гораздо более эффективной моделью интеграции именно с позиций гомогенности элементов её составляющих – России, Украины, Белоруссии и Казахстана; последний по многим показателям гораздо ближе к России, чем к центральноазиатским республикам (по уровню экономического развития, по составу населения, где около 40% граждан - этнически русские).

Таким образом, в качестве вывода, можно сказать следующее:

- культурно-идеологический фактор стал основой ЕС, его экономической стабильности и успехов;
- для развития любой модели интеграции необходимо учитывать фактор культурной однородности: общности традиций, ценностей, исторического опыта;
- российско-украинские отношения, как основа стабильности и СНГ, и ЕЭП, должны строиться с учётом всех предыдущих факторов, а именно учитывая культурную гомогенность обоих государств.

Денежно-кредитная политика в России: противоречия и перспективы

Корунова Ольга Евгеньевна

аспирантка

Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова, Мытищи, Россия

E-mail: knemidol@mail.ru

При переходе к рыночной экономике не так уж много факторов могут сравниться по своей значимости со стабильной и активно функционирующей структурой коммерческих банков и эффективной денежно-кредитной политикой. Но до сих пор в денежно-кредитной политике, проводимой Банком России, существует множество противоречий, которые не обеспечивают выполнение целей и задач, декларируемых в «Основных направлениях единой денежно-кредитной политики». Неэффективность денежно-кредитного регулирования вызвана еще и игнорированием «внешних» факторов («институтов»), которые, с одной стороны, сами воздействуют на политику Центрального банка, а, с другой стороны, являясь неотъемлемой частью всей системы денежно-кредитного регулирования, подвергаются влиянию инструментов, применяемых Банком России. Основой для анализа послужил документ «Основные направления денежно-кредитной политики на 2005 г.»

Документ «Основные направления денежно-кредитной политики», по сути определяющий роль Банка России в обеспечении экономического роста, до сих пор не имеет статуса нормативно-правового документа, а следовательно изложенные в них цели, задачи не обязательны для исполнения. В документе не нашли отражение индикаторы результативности работы Банка России, коими могли бы стать объем выданных кредитов нефинансовому сектору, срочность кредитов и т.д.

Отсутствует стратегически активная позиция. Цели и задачи экономической политики сформулированы исходя из внешней конъюнктуры, а не целей денежно-кредитной политики. Банк России видит свою текущую роль на валютном рынке только в сглаживании конъюнктурных колебаний курса рубля, а в перспективе собирается и вовсе минимизировать свое участие на рынке. В документе также присутствует противоречивость ориентиров по инфляции. Кредитование экономики до сих пор не является приоритетным направлением деятельности Банка России. После снижения норматива обязательных резервов банков с 7 до 3,5% в июле 2004 г. возможность применения этого инструмента управления ликвидностью ограничена.

Центральный банк рассматривает свои действия не с позиций управления ликвидностью, а с позиций финансового надзора. Банк России расширяет перечень бумаг, под залог которых он предоставляет кредиты коммерческим банкам. В список вошли ипотечные бумаги и облигации регионов. По сути ломбардный список ничего не изменяет в системе рефинансирования. На практике на каждую новую ценную бумагу накладываются серьезные ограничения, в первую очередь нормативного (институционального) характера.

В 2005 г. предполагается отход от эффективного курса рубля. По итогам деятельности Банка России за 2004 г. можно говорить о появлении нового спекулятивного сегмента (операции на открытом рынке), аналогичного рынку ГКО в 1998 г., который отвлекает финансовые ресурсы от участия в структурных преобразованиях экономики. В настоящее время существуют множество факторов, которые значительно ограничивают степень воздействия денежно-кредитной политики Банка России на предложение денег со стороны банковской системы, ставки межбанковского рынка, объем кредитов и др.

Подводя итоги, можно сказать, что повышение эффективности денежно-кредитной политики может быть достигнуто как за счет «внешних» условий, так и за счет «внутренних» факторов.

Развитие экономического базиса постиндустриального общества

Кривошапка Светлана Александровна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: Krivoshapko@rambler.ru

Если рассмотреть экономическую историю человечества с точки зрения соотношения труда, техники и знания в различные эпохи развития, то очевидной становится все возрастающая роль знаний в жизни современного общества, хотя одновременно следует отметить недостаточное понимание этого процесса в обществе, особенно на уровне обыденного сознания. Достаточно трудно понять, как нематериальные знания и информация могут создавать материальные ценности и обеспечивать функционирование и развитие сложных общественных систем экономических циклов.

Здесь следует обратить внимание на три существенных компонента обновления экономического фундамента:

1. экономическая значимость информации и знания вытекает не только из факта, что в них все более и более нуждаются, но прежде всего в поливалентности знания и информации:
 - с одной стороны, это восстанавливаемое и снова включаемое в производственный процесс «сырье»;
 - с другой стороны, это реальный фактор возрастания стоимости. «Продуктивная информация», создающая стоимость, обретает возрастающее значение и столь же важна, как и традиционные факторы производства – земля, труд.;

2. основной организационной единицей индустриального общества было предприятие, в котором факторы производства были сосредоточены или использованы в интересах капитала или государства. Теперь знание может лучше развиваться в открытых сетевых структурах, поэтому экономический эффект продуктивной информации достигается при интенсификации традиционных организационных структур. Значение предприятия как парадигмы снижается, на смену ему приходят новые формы соединения производственных факторов. Но такие структурные сдвиги сказываются на организации рабочей силы: размывание структур предприятия ослабляет и организации работников;
3. одной из важнейших проблем остается вопрос о безработице и полной занятости. В условиях перехода к постиндустриальному обществу здесь не может быть раз и навсегда найдено окончательное решение. Однако ясно, что в XXI веке наиболее перспективным является то направление, которое развития, которое базируется на экономии (а следовательно, сокращении) труда.

Ответы на многие вопросы современности дает концепция устойчивого развития, применимая к экономическим, экологическим и социальным процессам. Устойчивость не следует осуществлять с экономией и пассивной защитой природы в ущерб экономическому росту. Хохгернер, например, считает, что характерные для индустриального общества противоречия между экономикой и экологией могут быть преодолены к 20-м годам XXI века, если будут использованы потенциалы новых экономических форм и соответствующих им организационных структур. В XXI веке повышение эффективности использования природных ресурсов должно обрести такое же важное значение, как фордизм в XX веке.

Основным аргументом в пользу повышения эффективности использования ресурсов с целью достижения более высокого жизненного уровня всего населения Земли является именно сам факт роста народонаселения. Его взрывоопасность может быть обезврежена только на основе экономических и социальных успехов в тех регионах мира, которым угрожают голод и нищета.

Для решения этих задач необходимо найти пути использования уже имеющихся ресурсов. Для этого нужны новые общественные институты, которые развивали бы такие концепции и помогали осуществлять их в жизнь.

**Исследование применения импортных пошлин и квот
в целях привлечения прямых иностранных инвестиций**

Кругленя Александр Валерьевич

студент

Брестский государственный технический университет, Брест, Беларусь

E-mail: sashdimson@tut.by

Теоретически использование импортных таможенных пошлин и квот (ИТПК) в целях формирования инвестиционного климата рассматривалось автором в статье [1]. Анализ основывался на графической модели сверхприбыли. В реальной мировой экономике можно также проследить определенную связь между прямыми иностранными инвестициями (ПИИ) и ИТПК. «Именно из-за ограничений на ввоз импортных автомобилей концерн Volkswagen еще в 1953 г. открыл первый сборочный завод в Бразилии, а позднее, особенно в 90-ые годы, заметно расширил свое производство в этой стране. Аналогичную политику концерн проводит и в КНР» [2]. Примером организации производства в другой стране по причине торгового протекционизма может служить даже белорусский МАЗ, который «проводит активную работу по сборке автомобилей к Западу от Буга, так как после вступления Польши в ЕС пошлины на них возрастут» [3].

Использование ИТПК с целью привлечения ПИИ возможно как отдельными суверенными государствами, так и экономическими группировками — (1) таможенными

союзами, (2) общими рынками, (3) экономическими союзами, — которые отличаются согласованностью таможенной политики. Один из способов применения ИТПК в данном случае связан с тем, что некоторые соглашения о региональной интеграции превратились в системы с одним центром и исходящими из него «лучами». Такое происходит, например, если участники таможенного союза подписывают отдельные соглашения о свободной торговле со страной X и страной Y, но при этом не заключается торговое соглашение, которое связывало бы напрямую страну X со страной Y. В этом случае таможенный союз является центром, а страны X и Y — исходящими из него «лучами». Такие торговые схемы нарушают структуру ПИИ, потому что появляется дополнительный стимул к размещению ПИИ в центре, откуда можно получить беспопшлинный доступ ко всем трем рынкам, невозможный ни на одном из «лучей», поскольку беспопшлинная торговля между «лучами» не предусмотрена.

Следующее замечание касается «недоиспользования» предполагаемого эффекта от ИТПК в реальной региональной экономике. Это связано с (а) незначительностью поступлений в бюджет от данных статей, (б) увеличением вероятности возникновения ответных, т.е. защитных мер со стороны мирового сообщества, (в) недостаточной информированностью правительств государств о том, в отношении к какой товарной группе введение / повышение ИТПК действительно приведет к смене формы ПИИ и созданию дополнительных рабочих мест. Использование ИТПК возможно, например, в случае, если наблюдается высокая производственная кооперация зарубежного филиала не с местными поставщиками, а с другими зарубежными филиалами компаний-соотечественниц. Так, в Германии фирмы Фольксваген и Мерседес-Бенц покупают каталитические конвертеры выхлопных газов у фирмы Дегусса. Фирмы предпочитают сохранять партнерство и за рубежом: в Бразилии и Аргентине. В таком случае для страны — сторонника торгового протекционизма — будет получен один из альтернативных эффектов: а) увеличение дохода государства от таможенных пошлин; б) разрушение названной высокой производственной кооперации с зарубежными филиалами компаний-соотечественниц, как следствие — фирма обратит свой взгляд на местных поставщиков.

Оптимальный уровень тарифной ставки снижается, так как в эпоху глобализации региональные цены на продукцию выравниваются. Даже незначительное увеличение цены вследствие применения ИТПК ведет к переориентации потребителей. Вышесказанное дает право утверждать, что в современной экономике оптимальная ставка может быть на уровне 10–15% в противоположность высоким ставкам в конце XIX — начале XX вв.

Библиография

1. Павлючук Ю.Н., Круглень А.В. Импортные ограничения и таможенные пошлины как элементы формирования инвестиционного климата // Вестник БГТУ. Экономика, 2004, №3(27), с. 63–67.
2. Кузнецов А. Германский капитал за рубежом // Мировая экономика и международные отношения, 2003, №10, с. 32-41.
3. Советская Белоруссия (http://www.export.by/rus/euro/news2.php?n_id=323).

Возможности финансово-промышленной интеграции стран СНГ на базе высоких технологий

Круговец Анна Михайловна

студентка

Белорусский государственный экономический университет, Минск, Беларусь

E-mail: sayanna704@yahoo.com

Первые попытки увязать крупные хозяйственно-технологические комплексы были предприняты в СССР при организации совнархозов, научно-производственных

объединений, АПК, торгово-производственных объединений и т.п. Такие объединения создавались в первую очередь для решения внутриэкономических задач.

Современные – призваны служить целям внешнеэкономического сотрудничества. Наибольшие перспективы в СНГ имеют вертикально интегрированные ФПГ, организованные по принципу холдинга или перекрестного владения акциями (например, ФПГ «Нижегородские автомобили», «Международные авиамоторы» и т.д.). Такие группы соответствуют высокой степени интеграции промышленных комплексов стран СНГ и учитывают относительную неразвитость финансовых и торговых структур.

В плане реализации важнейших мероприятий, направленных на развитие и повышение эффективности взаимодействия государств-участников СНГ в экономической сфере в 2003–2010 гг. подчеркнуто, что приоритетными отраслями, в которых предполагается создание ФПГ, являются топливно-энергетический, металлургический, химико-лесной, машиностроительный и агропромышленный комплексы, легкая и пищевая промышленности, т.е. практически все крупнейшие отрасли промышленности. Такой выбор приоритетов развития ФПГ противоречит самой сути финансово-промышленных союзов как целевых объединений и не позволяет выделить конкретные наиболее перспективные с точки зрения укрепления позиций на мировом рынке ниши. Вместе с тем в современном международном бизнесе наиболее выгодную позицию занимает производитель уникального, а значит дорогостоящего товара.

По оценкам специалистов, постсоветские республики обладают достаточным научно-техническим потенциалом для создания такого товара. Одним из примеров являются биотехнологии, уровень развития которых на порядок выше, чем у большинства развитых государств [2]. В настоящее время в экономике Республики Беларусь и других стран СНГ доля V и VI технологических укладов сократилась почти в три раза по сравнению с 1990 г. К V технологическому укладу относятся оптика, оптоэлектроника, точная механика, нанотехнологии, биотехнологии, компьютеризация; к VI – сверхскоростные транспортные артерии, интегрированные телекоммуникации глобального масштаба, искусственный интеллект. Тем не менее, в указанных сферах существуют научные разработки, позволяющие создавать ФПГ по производству наукоемких изделий с высокой добавленной стоимостью [2].

В условиях обострения международной конкуренции существует объективная необходимость перехода промышленности СНГ на современный язык международного общения, т.е. внедрение в производство стандартов серии ISO, международных сетевых коммуникаций и системы международных цен. Это позволяет государствам участвовать в CALS-сообществах, способствует повышению эффективности производства и конкурентоспособности товаров и услуг. В России уже принята государственная программа вхождения в CALS-сообщество. Все крупные экспортеры, такие как КБ Сухого, КБ Туполева, работают только на основе CALS-технологий.

Этот опыт требует серьезного изучения другими странами СНГ, т.к. на его основе возможно создание высокотехнологичных ФПГ и ТНК с центрами в странах СНГ. Именно ФПГ, ориентированные на высокие технологии стран СНГ, позволят не только реализовать инвестиционные и научно-исследовательские проекты, восполнить дефицит кредитных ресурсов, совместно освоить внешние рынки сбыта, укрепив конкурентные позиции компаний на внутреннем рынке, но и повысить экономический и политический авторитет блока стран СНГ на мировых рынках.

Литература

1. Ленский Е.В., Цветков В.А. Финансово-промышленные группы Российской Федерации: полученный опыт и прогностические тенденции дальнейшего развития. М., 1999.
2. Пелих С., Паимцева Е. CALS-технологии — перспектива Беларуси// Национальная экономическая газета, 2004, № 32. С. 7.

К вопросу привлечения российских инвестиций в экономику Узбекистана
Курпаяниди Константин Иванович, Тишабаев Шукур Шухратович
аспиранты

*Наманганский инженерно-экономический институт,
Ферганский политехнический институт, Наманган, Фергана, Узбекистан
E-mail: xStant@mail.ru*

За девять месяцев 2004 года товарооборот между Россией и Узбекистаном составил \$1,15 млрд. США против \$1,149 млрд. США в 2003 г.[1]. Одной из самых приоритетных сфер сотрудничества между Россией и Узбекистаном является топливно-энергетический комплекс (ТЭК). После размежевания бывших советских республик в начале 90-х годов прошлого века интенсивность взаимодействия России и Узбекистана в ТЭК стала возобновляться только к началу XXI века. Сегодня в Узбекистане общую координацию деятельности в нефтяной и газовой промышленности осуществляет Национальная холдинговая компания (НХК) «Узнефтегаз». Также на основе Соглашения о разделе продукции (СРП) добычу на территории Республике осуществляют «UzPES» (Россия), «Дюньшен» (Китай), «Газпром» и «ЛУКОЙЛ» (Россия). Правительством Республики Узбекистан и компанией «Газпром» проработано соглашение об инвестировании \$1,4 млрд. США сроком на 45 лет в проект, предусматривающий геологоразведку, добычу и ежегодную реализацию до 10 млрд. кубометров природного газа в Устюртском нефтегазовом регионе.[2].

ОАО «ЛУКОЙЛ» приступило к самостоятельной работе в Узбекистане. В феврале 2003 года компания «ЛУКОЙЛ Оверсиз», оператор международных upstream проектов ОАО «ЛУКОЙЛ», открыла своё представительство, а Ташкенте, 16 июня 2004 года между Республикой Узбекистан и Консорциумом Инвесторов, состоящих из ОАО «ЛУКОЙЛ» (90%) и НХК «Узбекнефтегаз» (10%) при участии президентов России и Узбекистана было подписано СРП по проекту «Кандым – Хаузак - Шады», предусматривающее добычу природного газа в Бухаро-хивинском регионе на юго-западе страны. Активно сотрудничают с «Узбекнефтегазом» и другие ведущие российские компании: ЗАО Межгосударственная нефтяная компания «СоюзНефтеГаз» и ОАО «Стройтрансгаз».[2].

В республике начинается углубление интеграции в сфере переработки сельскохозяйственной продукции, где уже действуют 9 российско – узбекских совместных предприятий. Также на узбекском рынке начали действовать российские производители — компания «Вимм-Билль-Данн» и мясокомбинат «Черкизовский».

Правительство Республики Узбекистан издало постановление, дающее официальный старт узбекско-российскому СП «Вимм-Билль-Данн Центральная Азия - Ташкент» по выпуску молочной продукции. Известная российская компания по выпуску продуктов питания в апреле 2004 года приобрела 76,9 процента акций завода «Ташкентсут». Согласно плану «Вимм-Билль-Данн» инвестирует в проект до 2009 года 7,3 млн. долл. По завершении реконструкции, в сентябре 2005 года, СП приступит к выпуску молока, творога и сыров более 20 наименований.[1]. Решением правительства Узбекистана дочерняя компания российского ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты питания» — ОАО «Вимм-Билль-Данн Ташкент» на семь лет освобождена от уплаты налога на прибыль, а также таможенных пошлин на ввоз технологического оборудования. «Вимм-Билль-Данн» еще в июле 2003 года подписал с узбекской государственной ассоциацией «Узмясмолпром», объединяющей 40 молокозаводов и мясоперерабатывающих предприятий страны, меморандум о создании на базе «Ташкентсута» совместного предприятия «Вимм-Билль-Данн Центральная Азия-Ташкент».[1]. Кроме того, Холдинг «Альфа-Телеком» приобрел 100% акций узбекского GSM-оператора Buztel GSM. Этот год можно назвать годом покорения «Альфой»

Средней Азии — в июне компания «Голден Телеком», входящая в холдинг «Альфа-Телеком», купила единственного в Узбекистане альтернативного оператора фиксированной связи — Vuzton за \$2,8 млн. Также «Голден Телеком» объявила о своей заинтересованности в покупке узбекского монополиста «Узбектелеком». А в августе «ВымпелКом» приобрел за \$350 млн. казахского оператора «Кар-Тел». Кроме того, «ВымпелКом» присматривается и к другим среднеазиатским странам.[4]. Также, летом 2004 года МТС приобрела контрольный пакет другого узбекского GSM-оператора — Uzdonrobita за \$120 млн.[4]. Также в республике работают еще 3 GSM-оператора: Dawoo Unitel, «Коском», «Узмаком», один оператор стандартов DAMPS и CDMA-800 — «Рубикон» и один в стандарте CDMA-450 — Skytel.

Холдинговая компания «Файз», крупнейший производитель мебели в Узбекистане, и Ассоциация деревообработчиков и мебельщиков Ленинградской области и Санкт-Петербурга подписали учредительные соглашения о создании двух предприятий по выпуску мебели. Первое предприятие — «Файз – Нева» — будет работать в Узбекистане и специализироваться на производстве мебели, а второе — Торговый дом «Восток» — будет находиться в Ленинградской области и заниматься продажей узбекской мебели. «Восток» будет также поставлять сырье для «Файз-Нева».

В целом, наблюдается рост количества предприятий с участием российского капитала в Узбекистане: их число выросло с 309 в 2003 году до 360 в 2004 году. В Узбекистане аккредитованы представительства 66 российских фирм по сравнению с 51 в 2003 году.[3]. И все достигнутое следует не только закрепить, но и приумножить. В первую очередь, думается, необходимо активнее вовлекать в орбиту социально-экономических преобразований региональные инвестиционные возможности. Именно в регионах сосредоточены основные природные богатства, минерально-сырьевые ресурсы, рабочая сила, свободные земельные площади, водные ресурсы. Необходимо повысить причастность местных органов власти к реализации инвестиционных намерений деловых, инициативных людей, предпринимателей. Это также важно с позиции осуществляемого в стране принципа «меньше государства в экономике», объективно требующего активного отношения властных территориальных структур ко всем позитивным намерениям как действующих, так и потенциальных инвесторов, создавая привлекательные условия для инвестиций, гарантируя инвесторам защиту их прав и интересов. При правильном подходе к делу многие регионы добились и добиваются успеха не только в привлечении инвестиций, но и в развитии экономики в целом.

Проведенный нами анализ показал, что предприятия созданные с участием иностранных инвесторов и инвестиций сталкиваются с некоторыми проблемами в республике. В некоторых случаях, в результате проведенных контролирующими органами проверок наблюдаются факты принятия незаконных решений без учета истинного положения дел. Несмотря на то, что правительство уделяет внимание стимулированию вложения иностранных инвестиций в экономику страны, руководители некоторых хокимиятов на местах, к сожалению, не до конца понимают эту задачу. Ибо их некоторые незаконные решения оказывают негативное воздействия на деятельность предприятий с участием иностранных инвестиций.

Таким образом, Российские инвестиции в Узбекистан – и в газовую отрасль, и в нефтяные проекты, и те контакты, которые сейчас заключаются в области телекоммуникаций и более продвинутых областей экономики, можно рассматривать как серьезные инвестиции в экономики Узбекистана, которые позволяют в то же время осуществлять взаимовыгодное сотрудничество, не посягающее ни в коем мере на экономический суверенитет одной или другой страны.

Литература

1. Бабаев А. Узбекистан–Россия: время больших перемен //Народное слово, 2004, №78.

2. Иностранные инвестиции в нефтегазовую отрасль Узбекистана // Бизнес вестник Востока, 2004, №36.
3. Турсунходжаева М. Узбекская сторона — за укрепление связей с предпринимателями России // Бизнес вестник Востока, 2004, №50.
4. <http://www.eer-magazine.com/ru/110.html>.

Информационная обеспеченность: микроэкономическая модель

Курышева Анна Александровна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: myst@rnd.runnet.ru

Информационная обеспеченность (I) — показатель, характеризующий степень потенциальной эффективности использования информационного потока в экономической деятельности.

Говоря об информационной обеспеченности, мы прежде всего имеем в виду степень соответствия имеющейся информации как потенциального фактора экономической деятельности поставленным целям. Поскольку с точки зрения прагматического анализа в отношении оценки целей экономическая наука нейтральна, мы будем говорить лишь о степени соответствия выбираемых средств заданной цели.

Предлагаемая модель информационной обеспеченности носит скорее иллюстративный характер, чем конкретно-прикладной, поэтому вводимые параметры не следует интерпретировать чисто в практическом ключе¹. Главная цель построения модели — обеспечить понимание фундаментальной идеи оценки информационных потоков как экономического процесса, который, соответственно, связан с определёнными выгодами и издержками.

Итак, разработанная аналитическая модель информационной обеспеченности включает два этапа модель оценочного процесса: 1-й этап предполагает оценку результатов экономической деятельности *ex ante*; 2-й — *ex post*. Соответственно, модель включает функцию оценки потенциала информационной обеспеченности

$$I = C \frac{RE(i, k, e, a)}{t}$$
, где R — релевантность информации; C — полнота информации;

E (i, k, e, a) — формально данный параметр включает в себя скорее совокупность компетенций и задаётся в виде функции от человеческого и материального факторов, характеризующих способность выделения и интерпретирования информации; t — временной фактор; a также функцию, характеризующую результаты экономического взаимодействия $p = f(I_1 \dots I_n; N)$, где n — число вступающих в экономические отношения субъектов; I_n — информационная обеспеченность n-го субъекта; N — качество институциональной среды.

Фактически смысл модели сводится к тому, что результат использования информационных потоков в экономической деятельности зависит от информационной обеспеченности вступающих в экономические отношения субъектов и от качества институциональной среды. В свою очередь, информационная обеспеченность представляет собой функцию от степени релевантности и полноты располагаемой информации, от совокупности компетенций и технологии, используемой в процессе интерпретации информации, а также от скорости обесценения информации.

¹ Именно поэтому мы также позволили себе абстрагироваться от конкретных единиц измерения предлагаемых показателей; оценка параметров модели предполагает лишь качественную интерпретацию.

Перспективы экономического сотрудничества России и Украины

Лебедева Екатерина Евгеньевна

студентка

Чебоксарский кооперативный институт Центросоюза РФ, Чебоксары, Россия

E-mail: uti85@mail.ru

Россия и Украина занимают ключевые позиции в ряду государств, сформировавшихся из республик бывшего СССР, во-первых, как самые крупные по числу жителей и экономическому потенциалу, а во-вторых, как наиболее адекватно отражающие специфику советского хозяйственного и социально-политического устройства. За последние десять лет в историю отношений между Украиной и Россией вписано немало важных событий. Дружественный характер самих отношений и их интенсивность определяется множеством факторов исторического, экономического, политического, культурного, социального порядка, совпадением многих интересов.

Приоритетом украинско-российского сотрудничества на современном этапе должно стать экономическое развитие. Перед Украиной и Россией стоят задачи реструктуризации своих экономик с целью обеспечения их максимальной конкурентоспособности на глобальных рынках. Экономический потенциал Украины, ее геополитическое значение в новых условиях требуют от Российской Федерации самого пристального внимания к перспективам развития российско-украинских отношений.

Анализ тенденций трансформации взаимных связей Российской Федерации и Украины в период с 1992 года по настоящее время, а также факторов, определяющих нынешние торгово-экономические отношения обоих государств, позволяют оценить вероятность различных перспективных вариантов взаимодействия двух стран. При этом следует исходить из того факта, что сегодня национально-государственные интересы сторон и их экономические интересы уже достаточно четко определились. С одной стороны, перспективы двусторонних отношений в значительной мере по-прежнему зависят от субъективных факторов и внутренней политической конъюнктуры, а с другой — от объективных условий развития России и Украины в стремительно меняющемся мире.

В российско-украинских вопросах торгово-экономического сотрудничества центральное место занимают проблемы в сфере топливно-энергетического комплекса, черной металлургии. Обе стороны проявляют решимость оптимизировать взаимоотношения в направлении создания условий для ежегодного роста объемов взаимной торговли. Однако сделаны лишь первые шаги по переходу на новые законодательные акты, регламентирующие более либеральные правила торговли Украины с Россией на государственном уровне. Часть из них еще предстоит ратифицировать. Тем не менее, некоторые правила уже введены в действие на уровне фирм-производителей по осуществлению российского бизнеса в Украине и наоборот, начиная от системы налогообложения, непрямых налогов, растаможивания до защиты от двойного налогообложения, прав собственности — всего 15 ключевых позиций. Все эти меры в дальнейшем потребуют коренных изменений в комплексной системе законодательств обеих стран с целью реального ее вывода на уровень и логику действий режима свободной торговли на территории СНГ.

Россия среди стран СНГ остается для Украины ведущим торговым партнером. Но существует ряд причин, негативно влияющих на сотрудничество двух стран. Серьезным фактором, сдерживающим развитие торгово-экономических отношений России с Украиной, является то обстоятельство, что последняя не входит в Таможенный союз, и к ней российская сторона применяет другой, более жесткий порядок взимания таможенных пошлин. Например, для Украины, в сравнении со странами Таможенного союза, вследствие повышения экспортных пошлин на нефть и нефтепродукты, стал серьезной проблемой их импорт из России.

Развитие торгово-экономических связей с Украиной должно содействовать рациональному использованию ресурсного, производственного, научно-технического потенциала и транспортной инфраструктуры России, развитию межрегионального, в том числе приграничного экономического сотрудничества. Россия и Украина хорошо понимают, что нельзя терять свои ёмкие внутренние рынки друг для друга и важные кооперационные связи. С другой стороны, Россия также заинтересована в использовании украинской транспортной инфраструктуры, кооперировании технологически связанных предприятий обеих стран. Поэтому решение стратегических вопросов развития экономического взаимодействия как для России, так и для Украины сегодня является приоритетной задачей.

О двойственной природе финансового сектора (методологические замечания)

Левина Ирэн Георгиевна

студентка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: iren.msu@mail.ru

Специфика генезиса финансового сектора всецело предопределила его двойственную структуру. Так, с одной стороны, финансовый сектор возникал и развивался не только на базе, но и «для» реального сектора. Поэтому с определённой долей условности можно утверждать, что «мета-функцией» первого изначально являлось опосредование функционирования второго, т.е. обеспечение непрерывности процесса реального воспроизводства. С другой стороны, специфика эволюции финансового сектора диктовалась логикой развития капитала и была ей подчинена. В этом смысле функциональную роль финансового сектора необходимо рассматривать по отношению к реализации в рамках данной сферы интересов капитала.

Исходя из этого, финансовый сектор можно представить в виде совокупности механизмов, опосредующих функционирование реального сектора, и элементов, обслуживающих *исключительно* интересы капитала. Такое определение финансового сектора требует нескольких очень существенных замечаний.

Первое. Само по себе понятие «интересы капитала» является довольно сложным. Так, с одной стороны, из классического определения капитала как «самовозрастающей стоимости» следует, что основной «интерес» капитала заключается именно в возрастании стоимости. Косвенным доказательством справедливости данной трактовки является тот факт, что целевой функцией большинства оптимизационных задач в рамках неоклассической экономической теории является прибыль, а сами задачи сводятся к её максимизации. Всё остальное является некими экзогенными параметрами, вариация которых (т.е. определённая комбинация средств реализации основного интереса) и позволяет достичь оптимума (т.е. наибольшего самовозрастания стоимости). При этом, с другой стороны, для реализации этого интереса вообще и на современном этапе развития социально-экономической системы, в особенности, капитал не может не использовать целый ряд средств, которые также с определённой долей условности можно рассматривать как интересы капитала. Такими средствами являются, например, регулярное обновление основного капитала, стремление к расширению сбыта производимых товаров, увеличение «факторной производительности» и т.д.

Если учесть, что все эти средства, по сути, служат лишь реализации *основного* интереса капитала, то финансовый сектор можно рассматривать как совокупность механизмов, опосредующих функционирование реального сектора, и элементов, обслуживающих *исключительно* интересы капитала (сводящиеся, в свою очередь, исключительно к самовозрастанию стоимости, т.е. обслуживающих исключительно основной интерес капитала).

Второе. Механизмы, опосредующие функционирование реального сектора, в определённом смысле тоже обслуживают интересы капитала. Это происходит в той мере, в какой результаты функционирования реального сектора приводят к самовозрастанию капитала. В связи с этим подчеркнём, что критерием разграничения является то, что второй компонент финансового сектора (т.е. элементы, обслуживающие исключительно интересы капитала) никаких других функций не выполняет.

После данных замечаний логично возникает вопрос о том, как связан каждый из элементов финансового сектора с реальным.

Связь механизмов, опосредующих функционирование реального сектора, с этим сектором очевидна: данный элемент финансовой сферы обеспечивает существование и поддержание связей «производитель-потребитель», «сбережения-инвестиции» и т.п., иными словами обеспечивает замкнутость и непрерывность воспроизводственного процесса в реальном секторе.

Второй компонент обладает неоднозначной, *двойственной природой*: он одновременно и связан, и не связан с реальным сектором.

Элементы, обслуживающие исключительно интересы капитала, развивались за счёт и на основе результатов эволюции реального сектора: возникновение и развитие финансового сектора в целом было невозможно до определённого этапа эволюции реального, в том числе до накопления определённой, «критической» величины стоимости. На современном этапе своего развития эти элементы финансового сектора для наиболее «эффективного» выполнения своих функций, т.е. для максимально возможного в данных условиях возрастания капитала, с одной стороны, оттягивают для этих целей ресурсы из реального сектора. С другой стороны, результатом функционирования данных элементов финансового сектора является [целенаправленное и/или непреднамеренное] негативное [регулирующее] воздействие на реальный сектор. В этом смысле можно говорить о связи данного компонента финансового сектора с реальным (причём о двух её проявлениях).

Изначально элементы, обслуживающие исключительно интересы капитала, ориентированы в первую очередь на выполнение именно этой своей функции, а не на опосредование функционирования реального сектора. В связи с этим все процессы, в нём протекающие (включая их результаты и показатели эффективности), по определению интересуют данный компонент финансового сектора только в том случае, когда способны служить или препятствовать самовозрастанию капитала, т.е. когда реальный сектор способен повлиять на показатели финансового. Причём для учёта интересов реальной экономики рассматриваемым компонентом финансового сектора необходимо и достаточно, чтобы суммарное негативное влияние («убытки») от отсутствия ориентации на реальный сектор превышало возможные затраты, связанные с учётом его интересов, или же чтобы суммарные выгоды («прибыль») от ориентации на реальный сектор превосходили выгоды, получаемые без неё. Это своего рода *относительное «функциональное безразличие»* элементов, обслуживающих исключительно интересы капитала, к реальному сектору. Иными словами, специфика целей и функций данного компонента финансового сектора делает его спекулятивным по своей природе, не ориентирующимся на реальный сектор (или ориентирующимся в иных смысле и мере – по сравнению с механизмами, опосредующими функционирование реального сектора, само существование которых призвано обеспечивать эффективное функционирование этого сектора, с одной стороны, и по сравнению с ориентацией «превратного» компонента финансового сектора на интересы капитала и их реализацию, с другой). В этом смысле прослеживается самостоятельность, самодостаточность, *отрыв финансового сектора от реального*.

Сразу необходимо отметить, что с последним термином надо обращаться предельно аккуратно. Важно понимать, что речь идёт не о формальном расщеплении,

разъединении двух элементов, утративших взаимосвязь, а об одной из сторон сложной совокупности отношений между реальным сектором и одним из (!) элементов финансового сектора (т.е. компонентом, обслуживающим исключительно интересы капитала). Отрыв финансового сектора от реального возможен только в условиях их жёсткой зависимости и взаимообусловленности.

Намеченная выше двойственная структура финансового сектора и связанная с ней специфика его взаимосвязи с реальной экономикой требуют серьёзного анализа – как на уровне эмпирических проявлений описанных выше феноменов, так и на уровне сущностных процессов, стоящих за меняющимся соотношением реального и финансового секторов. Прослеживающийся в последнее время динамизм этих процессов делает особо актуальной их теоретическую оценку и обоснование.

Новые возможности расширения инвестиционного потенциала экономики XXI в.

Ледяева Екатерина Викторовна

соискатель

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: lekaterina@ctsnet.ru

К концу XX в. достаточно ясно определились некоторые черты, которые, по всей видимости, станут доминирующими признаками экономики нынешнего века. Современные достижения в развитии информационных и телекоммуникационных технологий привели к формированию глобальной электронной среды для экономической деятельности, что открыло новые возможности для всех сфер социально-экономической деятельности человека, и в частности для обеспечения ее инвестиционного роста. Информационная или сетевая экономика, часто характеризуется как «глобальная». В силу этого, по нашему мнению глобальная сетевая экономика является средой, имеющей свои пропорции и параметры, в которой любой хозяйствующий субъект может быстро и с минимальными затратами контактировать с любым другим хозяйствующим субъектом по поводу совместной деятельности, инвестиционных вложений, торговли, обмена идеями, технологиями, и др. Формулирование сетевой экономики, связанное с развитием информационных технологий, детерминирует трансформацию современной экономической системы и развитие новых механизмов регулирования, а так же появление сетевых организационных структур. Все это свидетельствует о зарождении новой эры экономики – эре Интернет-экономики, которая наиболее адекватно формируется как глобальная сетевая многоуровневая структура взаимоотношений экономических субъектов посредством Интернета. Эти взаимосвязи включают телекоммуникационные и провайдерские услуги, создание программных продуктов, электронные рынки, электронные биржи, электронный бизнес, электронные платежные системы, инвестиционные вложения по средствам Интернет-технологий, работу через Интернет и некоторые другие составляющие. Интернет-экономика развивается в соответствии со своими специфическими целями и критериями эффективности, ее доминантным стимулом выступает развитие нововведений, детерминирующих неограниченные возможности во всех сферах бизнеса и досуга.

Интернет дает возможность компаниям выйти со своим товаром на масштабный мировой рынок, значительно снизить расходы в построенных ими цепочках спроса и предложения, обслуживать заказчиков на недостижимых для используемых ранее технологий маркетинга уровне, внедриться на ранее недоступные по географическим причинам рынки, создавать новые рынки труда и капитала, новые потоки доходов и, наконец, реформировать сам характер своей деятельности. Практически во всех сферах предпринимательской деятельности — от рекламного бизнеса до транспортировки грузов или производства биопрепаратов — появляются новые Интернет-компании.

Используя возможности инфо-коммуникационных технологий, информационные посредники создают суперэффективные электронные рынки товаров и услуг, сводя вместе продавцов и покупателей, которые прежде не могли найти друг друга, и осуществляют сделки купли или продажи с использованием средств электронного документооборота. Эти процессы в совокупности определяют границы электронной коммерции, которая является доминантной составляющей Интернет-экономики в целом. Электронная коммерция, четко, в режиме реального времени определяющая величины спроса и предложения, развивается стремительно ускоряющимися темпами. Положительный мультипликационный эффект Интернет-экономики и, в частности, электронной коммерции, на производство проявляется в развитии, расширении инвестиционного потенциала практически всех национальных экономических систем. Фирмы, корпорации, отдельные предприниматели минимизируют транзакционные издержки поиска партнеров по бизнесу, следствием чего выступает достаточно быстрый и эффективный рост инвестиционного потенциала и самой Интернет-экономики.

Хотя в России сектор Интернет-экономики развивается довольно медленными темпами, но этот вопрос постоянно обсуждается на правительственном уровне, что в перспективе обеспечит видимый и осязаемый прогресс. В.В. Путин отмечает необходимость перехода России от сырьевой экономике к неэкономике – экономике, основанной на знаниях. В развитых странах 80% роста ВВП обеспечивается за счет инновационных факторов технологического прогресса. В силу этого многие проблемы российской трансформационной экономики определяются ее сырьевым характером: на мировом рынке высокотехнологической продукции, который по объему превосходит сырьевой рынок, доля России составляет всего 0,5%, США — 60%, Сингапура — 6%. При этом в России сохранились ведущие научные школы, по-прежнему каждый десятый ученый мира работает в России. Но только 10% российских предприятий (в США — 65–70%) выпускают продукцию в сфере инноваций. Для того чтобы достичь перейти от восстановительного к инновационному типу экономического роста, государству необходимо активно участвовать в создании инфраструктуры для инновационной деятельности, прежде всего стимулировать создание центров передовых технологий, инновационных центров, технологических внедренческих зон и центров трансфера инновационных технологий. Конечно, это требует масштабного финансирования, но мировой опыт свидетельствует о том, что все вложения в инновационную деятельность впоследствии многократно окупаются, поэтому этот вид деятельности целесообразно поддерживать бюджетным финансированием на всех уровнях, в том числе и региональном.

Таким образом, проведенный анализ условий формирования и функционирования в России Интернет-экономики позволяет сделать вывод о том, что постепенно происходит переориентация российской экономики на качественно новый уровень, что позволяет отечественным предпринимателям выйти на мировой рынок, стимулировать развитие конкурентной среды и перейти от восстановительного к инновационному типу экономического роста. Интернет-экономика только начинает формироваться в России, именно в ней заложен самый значимый потенциал для развития отечественной экономики в целом и, в частности, для развития инвестиционного потенциала экономического роста в условиях глобализации.

Интеграционные процессы в промышленности России и антимонопольная политика

Любященко Дмитрий Васильевич

аспирант

Сибирская Академия государственной службы, Новосибирск, Россия

E-mail: sofia.79@mail.ru

Многие проблемы функционирования промышленности в России и индустриально развитых странах, так или иначе, связаны с уровнем концентрации производства. В

последние годы в мировой экономике наблюдается очередная волна слияний и поглощений компаний. Под воздействием мировых тенденций отечественные предприятия все больше включаются в процесс экономической интеграции. Главной целью государственной политики в сфере товарных рынков остается развитие конкуренции на внутреннем рынке, обеспечение контроля за процессами роста структурной концентрации, предотвращение монополистической деятельности [2]. Рост структурной концентрации вызывает определенную тревогу антимонопольных органов.

В качестве проблем, с которыми сталкиваются регулирующие органы, можно выделить определение границ рынка, в рамках которого оценивается концентрация, и выявления неявного сговора между фирмами. Последняя проблема привлекала внимание антимонопольных органов в связи с ситуацией на рынке нефтепродуктов и является актуальной для большинства региональных рынков. В качестве способа выявления согласованных действий было предложено ввести в практику нотификацию соглашений [1], т.е. предварительное уведомление Федерального антимонопольного органа о необходимости заключения определенного соглашения. Такая мера, безусловно, способна принести определенную пользу, когда в действиях участников коалиций нет корыстного умысла. Однако она не срабатывает при организации незаконных картелей. Это свидетельствует о недостатках действующей правовой базы по выявлению и пресечению ценовых злоупотреблений, связанных с применением достаточно примитивных способов анализа рынков.

Но существует противоположная точка зрения, которая заключается в следующем: горизонтальная концентрация, представляющая опасность для конкуренции, вместе с тем может сделать производство более эффективным, поэтому не менее важной задачей является оценка результативности отрасли при соответствующем уровне концентрации. Относительно положительного эффекта концентрации и интеграционных процессов свидетельствуют следующие тенденции: емкость рынка все в большей степени заполняется предприятиями, поддерживающими отраслевую координацию действий; группировка предприятий одновременно связана с географическим зонированием регионального рынка с целью поддержания ценовой дисциплины в отрасли; уменьшается удельный вес убыточных предприятий в промышленности; снижается уровень общих издержек производства в отраслях с высоким уровнем концентрации. Все это свидетельствует о положительных преобразованиях структуры отраслей, что оказывает прямое влияние на эффективность деятельности производственно-хозяйственных систем на региональных рынках.

Необходимо учитывать, что в основных отраслях производственной сферы уровень концентрации изначально не может быть низким и в динамике его значение растёт благодаря действию целого ряда факторов; с другой стороны, рост структурной концентрации может привести к монополизации экономики. Поэтому уровень концентрации производства должен определяться на основе разумного компромисса: с одной стороны, обеспечивать использование эффекта масштаба, однако потенциально не угрожать образованием монопольного рынка. При этом отраслевая структура с более высоким уровнем концентрации может оказаться эффективней структуры с более низким уровнем концентрации. Таким образом, возникла необходимость пересмотра антимонопольного законодательства в части установления границ деления рынков на низко-, умеренно- и высококонцентрированные. Значения индексов Херфиндаля-Хиршмана должны быть различными для разных отраслей промышленности.

Литература

1. Южанов А.В. Государственная конкурентная политика в общей стратегии развития России // Вестник МАП России, 2000, №3, С. 3–21.
2. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Анализ структур товарных рынков: экономическая теория и практика России. ТЕИС, 1998. С. 135.

**Повышение роли творческого и новаторского факторов
в мотивации экономической деятельности**

Магакова Екатерина Геннадьевна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: kate_magakova@list.ru

Научные разработки в области изучения взаимодействия мотивов и стимулов и их влияния на экономическое поведение человека отмечают глубокие изменения, происходящие в характере труда и производства. Среди них — широкое распространение и использование наиболее передовых и совершенных технологий, требующих квалификации и профессионализма, растущие нагрузки на интеллект, принуждающие человека к более совершенному восприятию, анализу и творческой переработке информации, снижение отчужденности труда, характеризующееся ростом его индивидуальности и т.д. Все это ведет к тому, что движущей силой труда становятся не столько результаты производства, сколько интересы и потребности самого работника в совершенствовании своей деятельности. Последнее находит свое выражение в изменении интересов и потребностей людей в их целевой деятельности: мотивы труда все больше ориентированы на новую систему ценностей, отвечающую перспективным тенденциям наибольшего личного роста[1].

Эта тенденция подтверждается и социологическими исследованиями. Проведенное западными социологами еще в 60-х — 70-х годах ранжирование интересов и потребностей людей в области их деятельности, анализ иерархии мотивов и определение системы ценностей человека позволили обнаружить важное направление, наметившееся в последние годы в изменении целевой деятельности человека: материальные (предметные, денежные) интересы все больше уступают место нематериальным. Согласно этим исследованиям на первом месте стоит возможность определенных достижений в трудовой деятельности, общественное признание труда и индивидуальных заслуг, далее — удовлетворение, получаемое в процессе труда, возможности профессионального роста, независимого действия на рабочем месте, доведения работы до полного завершения и т.д. В шкале ценностей человека ведущие места прочно удерживают мотивы, связанные с возможностями наибольшего личного роста, свободного действия, творчества. При этом факторы материальной заинтересованности отступают на вторые позиции.

Обобщая опыт ряда стран Западной Европы, США и Японии, следует выделить следующую систему новых стимулов труда и предпринимательства в условиях рождения постиндустриального общества [2]. *Первая группа стимулов* — переход от элитарно-административного управления к гибкому «паритетному» управлению производством; ориентацию на расширение сферы участия рабочих в управлении и контроле за производственно-хозяйственными процессами государственных предприятий и частных фирм; поощрение различных форм накопления и передачи опыта, знаний, идей, «ноу-хау» в управленческие подразделения организаций. *Вторая группа стимулов* — переход от приоритета индивидуальной формы организации труда к коллективной, поощрение небольших рабочих объединений, деятельность которых нацелена на рост производительности труда, совершенствование производства и повышение эффективности. Коллективные формы труда меняют психологию и поведение участников производства: из независимых работников, носителей определенных знаний, навыков и способностей, выполняющих строго определенные виды работ, подчиненных принципу жесткой иерархии, они становятся деловыми партнерами по обмену опытом, знаниями, контролю за трудом, качеством продукции и производством во имя интересов фирмы. *Третья группа стимулов* — переход к новому типу найма рабочей силы, основанному на гибком использовании долгосрочной и краткосрочной формы занятости

в соответствии со склонностями, профессиональной подготовкой и квалификацией наемного работника; ориентация фирмы на высокий профессионализм сотрудников, стимулирование различных форм профессионального роста и освоения дополнительных профессий. *Четвертая группа стимулов* — переход от жестких отношений господства-подчинения к системе отношений демократизации и равенства работников независимо от занимаемых постов; стимулирование и внедрение в систему внутрипроизводственных отношений различных форм сглаживания статусного барьера между работниками. *Пятая группа стимулов* — переход к уплотненному режиму работы, стимулирование труда свободным временем, основывающееся на учете разнообразных интересов людей в зависимости от пола, возраста, квалификации, семейного положения. Применение гибких форм организации рабочего времени выгодно не только для фирм (удлиняется рабочий день, интенсифицируется труд, повышается коэффициент сменности оборудования), но и для самого работника, поскольку создается возможность планировать свое свободное время, полнее удовлетворять социальные и культурные потребности, учиться и т.д. *Шестая группа новых стимулов* — переход от социально индифферентного отношения к труду к гуманизации труда. Эта форма стимулирования ориентирована на обеспечение роста производительности труда методом обеспечения условий сохранения и постоянного совершенствования рабочей силы с учетом интересов занятых в сфере труда и производства, а также требований, предъявляемых работниками к производству и его структурам.

Литература

1. Шахова В. А. Мотивация трудовой деятельности. М., 2003. С. 35.
2. Социум XXI века: рынок, фирма, человек в информационном обществе / Под ред. А.И. Колганова. М., 1998. С. 173.

Влияние глобализации на маркетинговую деятельность современной корпорации *Манихин Алексей Анатольевич*

студент

Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия

E-mail: sk8er-boi@list.ru

За последние несколько десятилетий произошли существенные изменения в структуре потребительских предпочтений и в потребительском поведении жителей планеты. Наиболее ярко эти изменения выразились в формировании и широком распространении глобального потребительского стандарта, представляющего собой совокупность социально-культурных поведенческих установок, направляющих потребительский выбор в пользу того или иного блага, встроенного в «общемировую», «универсальную» систему ценностей.

К элементам такого стандарта можно отнести следующие группы потребностей и соответствующие им товары и услуги: потребность в товарах, отображающих статусную принадлежность владельца (предметы демонстративного, статусного потребления – предметы роскоши: дорогие автомобили, недвижимость, отдых в определенных местах планеты, ювелирные украшения); потребность в социально-этичных (или социально-ответственных) товарах, при производстве которых используются экологически чистые технологии, не используется сверхэксплуатация труда. На практике этот стандарт существует в форме системы брэндов, имеющих глобальный престиж и доминирующих в сознании социальных масс, благодаря не только рекламе, но и за счет встраивания образов, соответствующих этим брэндам в систему социальных коммуникаций: отдельные брэнды и целые группы товаров приобрели символические свойства и олицетворяют особый образ жизни, отождествляемый в подавляющем числе культур социальный успех и престиж.

Данные потребности сложносоставные и в процессе эволюции трансформируются, порождая новые, производные формы. Так, изначально широкое понятие потребности в статусных товарах приобрело в середине-конце 90-х новые оттенки: появились потребности в эксклюзивности, исключительности. Кроме того, потребности стали гибридизироваться. Этот процесс характеризовался тем, что изначально не входившие в престижный круг товары стали обрастать определенными знаками социального успеха – в итоге появились престижные малолитражные автомобили, престижная джинсовая одежда и другие традиционные товары, наделенные статусной и имиджевой атрибутикой. Механизмами трансляции этого глобального стандарта являются маркетинговые стратегии глобальных компаний, которым выгодно работать по одинаковым технологическим, ассортиментным и маркетинговым стандартам в разных странах без учета их, подчас взаимоисключающих, культурных традиций; зонтичные эффекты брендинга (когда новые, нетрадиционные товары, начинают выпускаться под хорошо известным, престижным брендом); реклама «англосаксонского» образа жизни, со всеми свойственными ему поведенческим нормами и установками, распространяемый через mass-media, музыкальную культуру, кинематограф, Internet и другие инструменты социального воздействия.

Описанные выше процессы не являются стихийными. Избегая крайних позиций по данному вопросу, представители которых видят принципы глобализации потребления в существовании заговоров или противоречиях между Западом и “третьим миром”, отметим следующее. Действительно, глобальный потребительский стандарт возникает в результате осознанных и управляемых действий крупнейших мировых компаний, представляющих западную Европу, США и восточно-азиатский регион. Естественно, что реализуемые ими модели маркетинга являются “слепком” тех культур, которые они представляют и, которые, в силу ряда причин, являются “потребительскими”, более приземленными, по сравнению с традициями стран мира – именно это и вызывает отторжение глобализации.

Однако, чтобы быть конкурентоспособными, компании, выходящие на мировой рынок, должны интегрировать свою продукцию в рамки этого стандарта, научиться воздействовать на внешнюю среду.

Помимо чисто маркетинговых аспектов, глобализация затрагивает и ряд управленческих аспектов: влияние культуры на управленческий процесс, логика и последовательность действий в выстраивании стратегии воздействия на разные сегменты внешней среды, управление маркетинговой деятельностью филиалов – вот основные задачи, которые призваны решать международный маркетинг - менеджмент.

Управление глобальным маркетингом — процесс более сложный, требующий расширения стратегического видения, вовлечения в управление новых ресурсов, рост требований к персоналу. Однако, в долгосрочной перспективе, глобальный менеджмент, осуществляемый по единым стандартам снизит транзакционные издержки корпораций и повысит их эффективность. Игнорировать эти вызовы — значит остаться на периферии процессов трансформации мирового хозяйства.

Экзогенные приоритеты в исследовании деятельности олигополий

Маслов Александр Игоревич

студент

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: universe_2001@mail.ru

В современном интегрированном обществе старые формы организационно-правовых объединений теряют своё значение, в то время как новые – наоборот, приобретают. Последние исследования показывают, что самые прибыльные сферы народного хозяйства всех стран мира сегодня образуются олигополиями и

взаимоотношениями между ними. Проблема раздела олигополистического рынка и установления цен на однородную или дифференцируемую продукцию на нём трансформируется вместе с эволюцией общества, но, тем не менее, остается имманентной сущностному анализу как формальных, так и неформальных институтов функционирования этих структур.

Практика последних лет показывает, что олигополии практически не подвластны законам и их власть постоянно увеличивается. Теперь значение приобретают психологические рамки и институциональные ограничения, которые, с нашей точки зрения, являются панацеей от необратимого роста влияния субъективного фактора в деятельности олигополистов. Особенно сильно этот процесс проявляется в России, т.к. её правовая система активно проявляет признаки коррумпированности, а функционирование остатков финансовой системы практически парализовано. От сговоров, прежде всего, страдает население, но формальные институты не могут ничего сделать для того, чтобы препятствовать этому.

Исходя из этих фактов, анализ олигополистических отношений с институциональной точки зрения обращается в главный вектор экономических исследований данного вида общественно-производственных взаимосвязей на микроуровне. Только психологические нормы, запреты и свободы смогут оказать существенное влияние на форму и деятельность всей олигополистической структуры современного мира.

Отсюда следует, что экзогенные факторы, определяющие как страну, так и нацию в целом превосходят эндогенные параметры современных глобальных процессов. Главное влияние на деятельность олигополистов оказывает ментальность нации и культура граждан страны, а не законы рыночного хозяйствования или экономическая политика государства. Таким образом, анализ должен направляться на выявление и изучение особенностей неформальных институтов, присущих данному обществу.

Для того чтобы добиться результатов в этом направлении, нельзя ограничиваться только экономическими взаимосвязями, но также следует активно применять как психологический, так и философский аппарат. Микроуровень во многом определяется субъективно, но, тем не менее, существует возможность управления деятельностью с помощью вскрытия взаимозависимостей, имманентных происхождению любого сообщества.

Таким образом, исследование должно проводить анализ истоков возникновения олигополий и следующего за ним нового вида деятельности. С момента появления олигополий на мировом рынке экономические меры были весьма эффективны и предотвращали превосходство субъективного фактора над объективными потребностями страны или общества. Но, с течением времени, экономическое положение отдельных стран ухудшалось, что сопровождалось наращиванием теневого сектора экономики и персонификацией субъектов олигополистических отношений, что усугубляло рыночное положение олигополистических структур и препятствовало их эффективной экономической деятельности.

Синтезом историко-экономического и этнически-психологического анализа является выделение нескольких наиболее важных пунктов исследования:

1. Регулирование деятельности олигополий в современном мире неподвластно формальным институтам. Их регулирование возможно только с помощью разумного сочетания неформального воздействия через культурные традиции и мировоззрение субъекта олигополистических отношений и формальных методов экономического принуждения.
2. Для того, чтобы выявить особенности деятельности олигополий в любой стране необходимо определить время зарождения данного вида отношений в этой стране и анализировать условия их возникновения и институционализации.

3. Определить институциональные и экономические особенности среды, в которой возник данный вид общественных отношений.
4. Отыскав определенные слабости в психологии субъектов олигополистических отношений, воспользоваться экономическими инструментами для воздействия на них.

Следует подчеркнуть, что регулировать деятельность олигополий в развивающихся странах практически невозможно вследствие коррумпированности бюрократического аппарата. Поэтому задача исследования также состоит в том, чтобы, опираясь в основном на экзогенные факторы, предвидеть действия субъектов олигополистических отношений и разработать меры по регулированию смежных видов отношений и деятельности с объективным поведением олигополистов.

Роль совместного предпринимательства в развитии экономики России

Молчаненко Станислав Александрович

студент

Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: cniiad@stgau.ru

За рубежом еще в период существования СССР в виде вложений в совместное предпринимательство, а так же по линии военной и экономической помощи оставалось от 200 до 300 млрд. долл. и несколько миллиардов долларов было вложено в предпринимательскую сферу в виде так называемых смешанных обществ. Возникает закономерный вопрос как в этой ситуации наиболее эффективно использовать совместное предпринимательство, в каком направлении его развивать.

По мнению ведущих экономистов России, все виды совместного предпринимательства должны развиваться на территории России, но основным направлением должно быть развитие совместного предпринимательства в отраслях народного хозяйства находящихся в тяжелом положении. По нашему мнению, крупная фирма-партнер, участвуя в совместном предпринимательстве, заинтересована не столько в деньгах, сколько в каком-то конкретном товаре, производимом партнером, в сегменте рынка и т.п. Поэтому она вкладывает свой капитал не в рядовой пакет акций, а в совместное предпринимательство. Создание нового действующего предприятия (фирмы) для осуществления определенной производственной деятельности является основной отличительной чертой совместного предпринимательства, рассматриваемого как партнерство, в котором каждый партнер активно участвует в процессе выработки решений этого предприятия.

Основные проблемы международной специализации экономики России

Мухачева Мария Александровна

студентка

Удмуртский государственный университет, Ижевск, Россия

E-mail: mukhacheva@mail.ru

Интеграционные процессы являются неотъемлемой частью современного мирового хозяйства, одним из проявлений этой интеграции является международная специализация стран. Россия исторически является активным участником мировой торговли, но удовлетворяет ли сегодня ее структура высоким требованиям выживания на мировом рынке? Нашла ли наша страна оптимальное положение в международном разделении труда? Сложившаяся модель участия России в международной торговле характеризуется в целом обменом топлива и сырья на изделия обрабатывающей промышленности потребительского и производственного назначения. Такая специализация может быть объяснена складывающейся ситуацией переходного периода, но фактически является устойчивой тенденцией участия страны в европейском

разделении труда, сложившимся еще в 14–15 вв. Именно тогда России было отведено место экспортера сельскохозяйственных товаров, сырья и полуфабрикатов.

Особенностью современной специализации экономики России является то, что наиболее выгоден экспорт сырой нефти, наименее — экспорт продуктов глубокой переработки: бензина, дизельного топлива. Положение, при котором дополнительная переработка нефти не повышает, а снижает экспортную цену, противоречит законам рынка и представляет собой экономический парадокс российской экономики [2].

Для современной специализации помимо экспорта нефти и газа становится характерным и экспорт продукции отраслей промышленности с низкой технологичностью и экологичностью. Таковыми являются черная и цветная металлургия, базовая химия, целлюлозно-бумажная промышленность. При этом стоимость экспорта неэкологичных отраслей промышленности выше, чем совокупная стоимость вывоза нефти и газа. Такая структура обмена с зарубежными странами далеко не соответствует современным требованиям: развитие мирового экспорта происходит на 80% за счет поставок готовой продукции, причем на долю машин и оборудования приходится до 40% его объема. Все это оборачивается рядом негативных последствий.

Можно выделить три основные проблемы современной специализации России:

- 1) из-за более быстрого роста цен на обработанные изделия, по сравнению с сырьем, оплачивать импорт приходится растущим количеством сырья. Необходимо отметить, что экспорт топливно-энергетических товаров и других видов минерального сырья имеет ограниченный потенциал дальнейшего роста. Об этом свидетельствует, в частности, увеличение его объема за 1997–2000 гг. всего на 3%, а в 2010 г. прогнозируется уменьшение экспорта нефти и нефтепродуктов в среднем на 19% и угля на 59% против нынешнего уровня. Поставки за рубеж топливно-энергетических товаров за десятилетие могут вырасти, по наиболее оптимистичному прогнозу, только на 4% [1].
- 2) Высокая зависимость российской экономики от мировой конъюнктуры: экономический рост стал зависеть от колебаний цен на мировом рынке нефти. Если государство становится экспортером главным образом сырьевых товаров, то это влечет за собой определенные последствия: государство зависит от влияния циклических изменений сырьевых цен, а реальный курс национальной валюты оказывается завышенным. Это означает, что все отрасли экономики будут вынуждены повысить свою производительность, иначе они столкнутся с падением конкурентоспособности [5].
- 3) Что касается влияния мировых цен на состояние внутреннего рынка нефтепродуктов России, то сверхвысокие цены на нефть и нефтепродукты обостряют противоречия между внутренним и внешним рынком. Россия в этом смысле занимает промежуточное положение между экономически развитыми странами и большинством стран ОПЕК. Первые уплачивают высокие цены на нефтепродукты без ощутимого ущерба для потребителей и экономики в целом.

В отличие от этих стран, большинство бедных стран-производителей нефти и даже многие богатые страны (например, Кувейт), устанавливают цены на нефтепродукты значительно ниже уровня цен мирового рынка. В России в настоящий момент цены на нефтепродукты также ниже уровня мирового рынка, но Россия постоянно подвергается давлению, направленному на либерализацию внутреннего рынка и отмену существующих ограничений экспорта и вывозных таможенных пошлин [4].

Кроме рынков сырья и материалов имеется лишь несколько позиций, где значение России как экспортера велико. Так, на рынке обычных вооружений Россия удерживает второе место, удовлетворяя 15% мировых потребностей. Также Россия занимает прочное положение на мировом рынке энергетического оборудования и комплектных поставок для строительства энергетических объектов за рубежом, ее доля составляет 11%. Современная экономика устроена так, что наибольшая прибыльность сосредоточена на верхних ее этапах — в постиндустриальной сфере. Однако по большинству позиций на мировых

рынках гражданской готовой продукции и высокотехнологичных изделий доля РФ незначительна. Удельный вес российских машин, оборудования и транспортных средств в объеме мирового экспорта машинотехнических изделий не превышает 0,4%, а его стоимостные показатели уступают объемам экспорта новых индустриальных стран и значительно меньше поставок ведущих промышленно развитых государств (доля РФ от уровня США — около 2%, Японии и Германии — 3%, Франции и Великобритании — 7%, Республики Корея — 9%) [4].

Таким образом, перед российской экономикой стоит проблема поиска новых отраслей международной специализации, которые позволили бы развивать ее экономический потенциал. Можно рассмотреть 3 перспективы дальнейшего развития российского экспорта:

1) изменение структуры экспорта продуктов нефтегазового комплекса; необходимо увеличить долю нефтепродуктов и снизить долю сырья при помощи введения прогрессивной шкалы налогообложения нефтепродуктов: чем выше степень обработки, тем ниже экспортный тариф;

2) развитие таких отраслей, как авиакосмическая промышленность, программирование, ядерная энергетика и высокие технологии;

3) развитие сельского хозяйства; одним из наиболее убедительных аргументов сторонников такого подхода является относительно низкая капиталоемкость этой отрасли, позволяющая в сравнительно короткие сроки существенно увеличить производство без значительных инвестиций, в том числе зарубежных [3].

Россия не станет богатой страной, пока не прекратится ее нефтегазовая специализация. До тех пор, пока Россия не начнет покупать нефть и газ, а сама не сосредоточится на экспорте высокотехнологической продукции, технологий и на эмиссионной деятельности, она будет продолжать жить в нищете.

Литература

1. Ивчиков Н.Н. Экспортная стратегия нефтяного сектора. М., 2003. С. 18.
2. Смирнов А., Посвянская Л. Эффективность экспорта российских энергоносителей // Общество и экономика, 2003, №11, С. 150–158.
3. Ковалев Е. Экспортная специализация сельского хозяйства России... // Мировая экономика и международные экономические отношения, 2001, №4, С. 36–43.
4. www.expert.ru/expert/special/oil/add1.htm.
5. <http://stra.teg.ru/lenta/energy/434>.

Международная экономическая интеграция и факторы, способствующие укреплению позиций России в ней

Мышаев Дмитрий Викторович

студент

Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: cniiad@stgau.ru

В настоящее время в мировой экономике действуют две тенденции. С одной стороны, усиливается целостность мирового хозяйства, с другой стороны, происходит экономическое сближение стран на региональном уровне, формируются крупные региональные интеграционные структуры.

Рассмотрим основные принципы международной экономической интеграции, чтобы на основе этого анализа определить пути развития экономических процессов в России, позволяющие ей стать полноценным участником интеграционных процессов.

Содержание и формы международной экономической интеграции

Международная экономическая интеграция — это процесс хозяйственного и политического объединения стран на основе развития глубоких устойчивых

взаимосвязей и разделения труда между национальными хозяйствами, взаимодействия их экономик на различных уровнях. На микроуровне этот процесс идет через взаимодействие отдельных фирм. На межгосударственном уровне интеграция происходит на основе формирования экономических объединений государств и согласования национальных политик

Экономическая интеграция имеет в своей основе ряд объективных факторов, среди которых важнейшее место занимают: глобализация хозяйственной жизни; углубление международного разделения труда, общемировая по своему характеру научно-техническая революция; повышение открытости национальных экономик; быстрота и полнота получения необходимой информации.

Учитывая эти факторы, понятно, что сегодня Россия стоит перед исторической необходимостью перехода от индустриального общества на новый уровень общественного и экономического развития. Речь идет о формировании информационного общества и информационной экономики. Информационные ресурсы рассматриваются как стратегические ресурсы страны, региона, организации.

Для каждой страны переход в новую эпоху экономического развития, а следовательно и интеграционных процессов, определяется степенью информатизации ее экономики и общества в целом. Поэтому в России необходимо параллельно решать проблемы перехода к полноценной рыночной экономике с акцентом на малый бизнес и внедрения информационной технологии, которая ускорит процессы обмена информации, а следовательно и интеграционные процессы.

Особенности поведения агентов на электронных рынках

Никитина Ирина Владимировна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: nikitina_iv@mail.ru

На электронных рынках факторы, оказывающие влияние на поведение агентов (экономические, социальные, физические и индивидуальные характеристики) существенным образом отличаются от факторов присущих традиционным, физическим рынкам. Если потребители и продавцы делегируют часть переговорного процесса агентам, то некоторые из данных характеристик теряют свою значимость. Рассмотрим, например, социальный аспект: так как для проведения переговоров на электронных рынках используется третья сторона, то личный контакт между продавцом и покупателем полностью утрачивается. Таким образом, человеческие чувства, как симпатии и антипатии, никоим образом не влияют на исход переговоров. Личные особенности агента будут полностью зависеть от выбранной модели поведения. В связи с этим, появляется два типа агентов, известные как «*поведенческий*» агент, при котором большое значение в переговорах приобретает человеческий фактор и «*оптимизирующий*» агент, который строит свою модель поведения на основе оптимизации полезности. На электронных рынках ни физическая, ни виртуальная среда не могут повлиять на исход переговоров путем характерным для человеческих взаимоотношений. Несмотря на это, существует ряд ограничений, с которыми сталкиваются контрагенты на электронных рынках. Данные ограничения фиксируются протоколом переговоров. В протоколе отражаются правила взаимодействия между покупающим ($i=B$) и продающим ($i=V$) агентом. Ограничением выступает максимальная (минимальная) цена, при которой агент согласен заключить соглашение. Данное ограничение является важным инструментом, позволяющим пользователям контролировать своих агентов.

Для каждого типа агентов можно выделить факторы, присущие только данному типу. Для «поведенческого» агента большое значение приобретает резервная цена

Резервная цена, представляет собой максимальную цену, при которой *покупатель* ($i=B$) позволяет агенту заключить соглашение или минимальную цену, при которой *продавец* ($i=V$) позволяет своему агенту заключить соглашение. Для «оптимизирующего» агента определяющим фактором выступает *функция полезности*, которая отражает предпочтения потребителя в отношении выигрышей при соответствующем уровне цены.

Таким образом, зная особенности двух типов агентов, которые используются на электронных рынках, можно значительным образом сэкономить покупателям время проведения переговоров, а продавцам повысить выгоды, путем возможности адаптироваться под нужды покупателей. Внедрение данных агентов в процесс переговоров способствует удовлетворению запросов покупателей, склонных к принятию решений на основе человеческого фактора, а также потребителей итогом переговоров для которых является конечный результат, приносящий наибольшую выгоду.

Феномен брэнда в рамках концепции постиндустриальной экономики

Никонов Михаил Ильич

аспирант

Московский гуманитарный университет, Москва, Россия

E-mail: mnikonov@mail.ru

«Сегодня постиндустриальная доктрина становится одним из наиболее эффективных теоретических инструментов исследования тенденций развития обществ, вступающих в 21 в.» [1]. Концепция постиндустриальной экономики (далее ПИЭ) является удобным базисом для фундаментального рассмотрения такого феномена современных экономических отношений, как брэнд, и, в частности, для рассмотрения таких прикладных проблем, как брэнд и стратегия, брэнд и система управления современной фирмы, брэнд и создание и оценка стоимости, брэнд и система измерения эффективности менеджмента.

Активное развитие постиндустриальных взглядов в общественных науках, начавшееся после второй мировой войны, и параллельное внедрение в практику, а вскоре и в теорию управления фирмы, понятий «брэнд», «брэнд-менеджмент» и «стратегическое управление», нельзя назвать простым совпадением, а целесообразно рассматривать как взаимосвязанные явления. Черты ПИЭ сегодня характерны для экономик наиболее развитых стран мира: преобладание так называемого третичного сектора (сферы услуг) в ВВП, активное использование НИОКР и теоретических знаний как основы для внедрения нововведений, развитие социальных благ и повышение благосостояния граждан.

Постиндустриальная стадия развития общественных процессов стала результатом стремительных революционных, по духу тех времен, в которых они происходили, но вполне закономерных изменений в способах создания экономических ценностей. Начавшись с промышленной революции в середине 18 в. благодаря изобретению мощного рентабельного источника энергии из паровой машины, перейдя в революцию производительности труда, породившую экономику всеобщего благосостояния, современные способы создания экономических ценностей определяются революцией в области знаний и управления [2].

Фактором конкурентоспособности фирм стало не просто наличие развитых технологических знаний и доступ к ограниченным природным ресурсам, а знание экономически эффективных подходов к применению этих специфических знаний. В условиях исчезновения экономики дефицита и появления постоянной угрозы кризиса перепроизводства именно знание эффективного применения ресурсов (стратегическое управление) стало основным фактором создания экономических ценностей и собственной стоимости современных фирм.

Актуальность брендинга (совокупности методов и подходов к созданию брендов) в деловой практике определяется, прежде всего, такими параметрами ПИЭ, как стремительное развитие и ужесточение конкуренции между производителями, а также существенное повышение информированности и требовательности покупателей на большинстве рынков. Сами рынки сильно сузились и раздробились на сегменты, границы которых зачастую определяются тонкими, но непреодолимыми для возможностей одной фирмы требованиями со стороны целевых потребителей, т.к. удовлетворение таких потребностей требует совершенно разных компетенций и типов управления. Фраза одного из символов прошедшей индустриальной эпохи, Г. Форда [3]: «Клиент может покрасить автомобиль в любой цвет, если автомобиль черный», обозначала, что в задачи продавца автомобилей входило лишь то, что он должен был принять заказ, даже не обязательно вежливо, поскольку недостатка в клиентах не было, а клиенты представляли собой однородную массу с одинаковыми потребностями. Промышленная империя Форда и другие ведущие компании индустриальной эпохи были организованы как вертикально-интегрированные холдинги по принципу «все в одном» для максимально полного использования эффекта масштаба и охвата всего практически не дифференцированного рынка.

В условиях ПИЭ фирмы должны обладать узкоспециализированными навыками, чтобы предлагать сильно дифференцированным рынкам наиболее удобные и экономичные решения сложных проблем. Для этого фирмам необходимо находить стратегические точки отличий от конкурентов и сосредоточивать все организационные усилия в рамках сфокусированной стратегии. Мерой успешности стратегии фирмы и квинтэссенцией работы всех ее функционалов является бренд, который рождается, когда маркированная продукция или услуга фирмы вызывает устойчивую приверженность целевых потребителей.

Создать бренд и создать стоимость бренда — принципиально отличные понятия, слабо различающиеся, к сожалению, в специализированной литературе. Создание успешных брендов, обладающих большой ценностью для потребителей, вовсе не означает, что фирма-производитель получает экономические выгоды от использования конкретного бренда. «Безграничная максимизация степени удовлетворения потребителей определенно противоречит ориентации на создание стоимости» [4]. Только способность поддерживать ключевые компетенции, лежащие в основе бренда, наиболее эффективным среди конкурентного окружения образом определяет создание экономической ценности (стоимости) для фирмы. Таким образом, экономическое содержание феномена бренда является сложной функцией реакции рынка в лице целевых потребителей на продукты и услуги фирмы и способности системы управления фирмы эффективно поддерживать стратегические ключевые компетенции как фактор наличия конкурентных преимуществ.

Следовательно, ключом к решению таких актуальных проблем, как оценка экономической стоимости бренда, необходимо искать в области разработки методов измерения эффективности системы управления фирм, среди которых одним из наиболее совершенных является, например, Система сбалансированных показателей (Balanced scorecard) [4], связывающая причинно-следственными связями стратегический уровень управления с конкретными бизнес-процессами и операциями, лежащими в основе создания ценности.

Определить феномен и экономическое содержание бренда через призму цепочки «стратегия — операции» является актуальной задачей для прикладных научных исследований.

Литература

1. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. Academia, 1999. С. 5.

2. Peter F. Drucker. Post-Capitalist Society. HarperBusiness, 1994. p. 19–47.
3. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения. Поппури, 2004. С. 120.
4. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость. Питер, 2001. С. 45.
5. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей. Олимп-Бизнес, 2004.

Совершенствование правовой основы борьбы с финансированием терроризма

Ниязматова Мадина Агзамджановна

студентка

Московский государственный институт международных отношений (Университет)

МИД РФ, Москва, Россия

E-mail: san51@mail.ru

1. По мнению зарубежных исследователей, политический терроризм стал явлением политической жизни в конце 60-х начале 70-х годов XX в. В отечественной науке появление политического терроризма датируется пер вой четвертью XIX в.

2. Активность террористов в России в 2004 показали уязвимость нашей системы борьбы с терроризмом. В связи с этим возникает вопрос: что же надо сделать для обеспечения эффективной борьбы с терроризмом, что бы предотвратить подобные события в году настоящем? Многие эксперты подчеркивают, что прежде всего необходимо перекрыть источники финансирования терроризма.

3. Российская система противодействия отмыванию преступных доходов и финансированию терроризма, вступившая в действие с февраля 2002 г., устойчиво развивается и совершенствуется с учетом международных обязательств. Основные направления борьбы с легализацией преступных доходов и финансированием терроризма, лежащие в основе системы по противодействию отмыванию преступных доходов включают в себя: формирование федеральных баз данных, проведение финансовых расследований, направление информации финансовых органов в правоохранительные органы, координация деятельности федеральных органов исполнительной власти и международное сотрудничество.

4. Совершенствуется правовая база для активизации этой борьбы. В 2004 г. осуждено по статье 174 УК РФ — 48 человек.

5. В рамках реализации принятой в июне 2003 г. новой редакции 40 рекомендаций ФАТФ и 9 специальных рекомендаций ФАТФ, а также в целях выполнения обязательств о предупреждении, пресечении и ликвидации терроризма во всех его формах и проявлениях, принятых Российской Федерацией в соответствии с международными договорами и резолюциями Совета Безопасности ООН, Россией проведена существенная работа по приведению национального законодательства в соответствие с международными стандартами. Внесены изменения с статьи 174 и 174-1 Уголовного кодекса РФ, направленные на отмену существовавшего суммового порога для признания легализации преступлением. В июне 2004г. ратифицирована Конвенция ООН против транснациональной организованной преступности. В соответствии с данной Конвенцией каждое государство должно применять понятие преступления отмывания денег ко всем серьезным преступлениям с целью охвата как можно более широкого круга основных преступлений. В сентябре 2004 г. вступил в силу Федеральный закон 88-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма», в рамках которого, в частности, расширен перечень субъектов, обязанных представлять информацию о финансовых операциях в уполномоченный орган, за счет риэлтеров, а также адвокатов, нотариусов и лиц, осуществляющих предпринимательскую

деятельность в сфере оказания юридических или бухгалтерских услуг. Кроме того, повышены требования к процедурам внутреннего контроля в финансовых организациях.

**Инновации в человеческий капитал
как необходимое условие качественного экономического роста**

Очковская Марина Станиславовна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: otchkovskaia@econ.msu.ru

Говоря о качественном экономическом росте, необходимо отметить тенденции, охватившие мир в конце XX — начале XXI столетий [3].

Во-первых, *появление нового мышления, осознание новой роли и места человека в мире*. Эта тенденция связана, прежде всего, с изменением критериев, по которым судят о богатстве и могуществе отдельных стран. Если раньше такими критериями являлись обширность территорий, вооруженность, то в настоящее время основным критерием могущества являются инновации, скорость их разработки и распространения, уровень развития науки; ученые, способные творить. «Увлеченные наукой, ученые всю свою жизнь посвящают поиску истины, свершению новых открытий, синтезу новых знаний. Благодаря неумной энергии этих людей набирает темпы научно-технический прогресс, улучшая и разнообразя быт человека, привнося в его жизнь удобство и комфорт» [2]. Главное богатство любой страны — это человек, а главный способ повышения могущества и благосостояния страны — повышение уровня образования населения, развитие творческих способностей отдельного человека. Вложения в образование — это инвестиции, способные дать значительный экономический эффект. Те страны, чье руководство это понимает, довольно быстро выходят на передовые рубежи, например, Япония, Южная Корея. К сожалению, к России это относится не в полной мере. Во-вторых, *интенсивное развитие наук о человеке*. Ученые предсказывают, что 21 век будет веком открытий в науках о человеке — в психологии, педагогике, гуманитарных и социальных науках. Будут проводиться исследования о ресурсных, скрытых, потенциальных возможностях человека, содержании и способах его воспитания и образования. В-третьих, *изменение социально-политической ситуации в мире*. Глобализация мира и поликультурный характер коммуникаций обозначает изменение восприятия мира в целом. Мир превращается в «глобальную деревню», что приводит к очень интенсивному развитию процессов мировой интеграции. В-четвертых, *изменение социально-экономических условий жизни человека*. Происходит изменение бытовых условий жизни семьи, связанных с высвобождением человека от тяжелого физического труда по обеспечению бытовых условий. К сожалению, процесс коммуникации на уровне «человек-человек» замещается зачастую коммуникацией на уровне «человек-техника», что приводит к усилению чувства одиночества, изолированности и тревожности. В-пятых, *изменение фенотипа человека*. В данном случае, имеется в виду проблема акселерации, выражающаяся в более раннем физическом и половом созревании молодых людей. В-шестых, толерантность к мнениям, поведению и внешнему облику. В-седьмых, лавинообразное нарастание информации и изменение средств коммуникации. Сегодняшнее время — время информационного взрыва. В-восьмых, необходимость постоянно доучиваться, переучиваться, изменять свою жизнь. В-девятых, возрастание образовательного уровня населения и образовательного ценза.

Данные тенденции необходимо учитывать, осуществляя инновации в человеческий капитал. От состояния человеческого капитала зависит качество экономического роста и развития как на макро-, так и на микроуровнях. Так, президент БМВ Герхард Кюнхайм писал в конце 90-х гг. XX в., что 80% всех проблем предприятия обусловлены «человеческим фактором» в самом широком смысле слова: самочувствием человека в

семье и обществе, его интеллектуальным и профессиональным развитием. Остальные проблемы связаны с техникой и финансами, но их удельный вес в успехе, в эффективности фирмы не превышает 20%. Вот поэтому на предприятиях должна быть создана особая культура. Создание этой культуры должно способствовать:

- Установлению баланса интересов всех сторон;
- Сосредоточению на людях, а не на системах;
- Созданию у работников уверенности в том, что они могут изменить свою среду;
- Предоставлению времени на учебу (параллельную с работой);
- Созданию целостного подхода к проблемам;
- Созданию открытых коммуникаций;
- Уверенности в командной (групповой) работе;
- Доступности общения с руководством.

Среди определяющих национальные конкурентные преимущества факторов в 21 веке, по мнению С. Ю. Глазьева, на передний план должны выйти образование и охрана здоровья населения, развитие науки, информационная среда, творческие возможности человеческого капитала, чистота окружающей среды и высокое качество жизни. Роль человеческого фактора и организации творческого труда возрастет. Страны, неспособные обеспечить необходимый уровень образования населения, развития науки и качества информационной среды, будут обречены на глубокую зависимость от внешних финансовых и информационных центров и сохранят за собой, главным образом, функции источника природного сырья и человеческого материала для транснациональных корпораций и развитых стран, концентрирующих глобальный интеллектуальный потенциал [1].

Научно-технический прогресс выступает как особый, ключевой фактор общественного развития, но все-таки не первичный, поскольку без своего главного источника и носителя — человека — он невозможен. НТП — это порождение человека и, одновременно, средство достижения его целей. Компетенция, знание дела, дух предприимчивости, чувство нового, способность к сотрудничеству — таковы, по мнению М. Крозье, определяющие качества личности работника 21 века. В информационной экономике основой для инноваций становится человек и знание.

Литература

1. Глазьев С.Ю. Переход к инновационной экономике —условие будущего развития России // Инновации, № 3–4, 2000.
2. Фомичева И.Г. Философия образования: некоторые подходы к проблеме. Новосибирск, 2004.
3. Freeman C. The economics of hope, essays in technical change, economic growth and the environment. L.; N.Y.: Pinter, 1992. P. 227.

Макроэкономическое значение венчурного финансирования

Петрушанский Валерий

студент

Университет им. Гёте , Франкфурт-на-Майне, Германия

E-mail: pwalerian@yahoo.de

В последние 15 лет наиболее развитые страны мира вступили в стадию постиндустриального развития. Он характеризуется ускоренным ростом нематериального производства и превращением информационных технологий в решающий фактор общественного развития. В условиях современного общества инновационный процесс становится сквозным явлением, он пронизывает всю экономику страны и ее отдельных регионов. По своему характеру современный инновационный процесс не сводится к созданию исключительно научно-технических нововведений. Инновационный тип развития подразумевает способность экономики к непрерывному совершенствованию и трансформации.

Ключевым моментом инновационного развития экономики является формирование финансового механизма, способствующего осуществлению инноваций. Данный механизм должен обеспечивать непрерывное поступление финансовых ресурсов для инноваций, что позволит осуществить инновационный процесс на всех стадиях. Финансовый механизм предназначен для привлечения средств из различных источников, распределения этих средств между различными стадиями инноваций. Финансовый механизм должен обеспечить заинтересованность инвесторов в участии финансирования инновационных проектов.

В настоящее время в России отсутствует механизм финансирования инновационной деятельности. Финансирование НИОКР с помощью бюджетных средств осуществляется медленно и неэффективно. Банки ввиду больших рисков также стараются избегать инвестиций в высокотехнологический сектор. В российских условиях, когда у государства недостаток денег или они направляются на решение других социальных и экономических проблем — нужно искать и развивать другие формы привлечения частного капитала. Одной из таких форм является венчурный капитал, высокая эффективность которого признана на Западе и развитие которого в экономиках промышленно-развитых стран растет огромными темпами.

За десятилетия своего существования венчурный бизнес зарекомендовал себя как один из наиболее действенных инструментов поддержки и развития реального сектора экономики. Объектами венчурных инвестиций становятся в первую очередь компании и технологии, обеспечивающие не только динамичное развитие существующих производств, но и появление качественно новых товаров и услуг.

Функциональная задача венчурного инвестирования состоит в том, чтобы способствовать росту конкретного бизнеса или реализации инновационного проекта путем предоставления определенной суммы денежных средств.

Традиционный капитал не способен финансировать фирмы, основанные на новых технологиях или рискованные инновационные проекты. Поэтому в случае венчурного финансирования необходимые средства могут предоставляться под перспективный проект, без каких-либо гарантий. Инвесторы идут на разделение всей ответственности и финансового риска вместе с предпринимателем и принимают непосредственное участие в эффективном управлении компанией. Потребность в получении инвестиций такого рода нередко возникает у начинающих или мелких предпринимателей, пытающихся самостоятельно реализовать появившиеся у них новые оригинальные и перспективные разработки.

Венчурный капитал – небольшой по величине сектор по сравнению с другими финансовыми рынками в США и Западной Европе. Однако, поскольку венчурный капитал инвестируется в растущие компании, его экономическая роль весьма велика.

В чем состоит экономическая ценность венчурного капитала?

- Большинство технологических революций было инициировано фирмами, финансируемыми венчурным капиталом; благодаря поддержке венчурного капитала встали на ноги наиболее успешные в последние годы компании: такие, как Apple, Cisco, Compaq, Sun Microsystems, Federal Express, Microsoft, Lotus, Intel.
- Венчурный капитал поддерживает наиболее динамично развивающиеся отрасли, обеспечивающие стране международную конкурентоспособность; он делает возможным развитие новых отраслей (например, биотехнологии).
- От успешного развития венчурной индустрии, которая поддерживает в основном малые и средние предприятия, государство получает стабильно высокий уровень занятости, стабильные налоговые поступления, выравнивание уровня жизни различных слоев населения
- Венчурный капитал несет в себе социально-экономическую функцию, создавая новые рабочие места, так например, в США 4% наиболее быстро растущих фирм,

большинство из которых поддерживаются венчурным капиталом, создают 70% всех новых рабочих мест.

Исходя из вышесказанного, можно отметить, что венчурный капитал представляет собой мощный рычаг развития экономики страны. В условиях недостатка государственных средств финансирования, развитие венчурной индустрии в России даст большой эффект в обеспечении инновационного развития страны, роста экономики, повышения международной конкурентоспособности ряда отраслей и страны в целом. Но здесь возникает проблема активизации венчурного инвестирования, на пути которого возникают значительные препятствия. Поэтому целью государственного стимулирования является создание благоприятных условий для развития процесса венчурного финансирования инновационной деятельности внутри страны.

В настоящее время в мире наблюдается активизация перехода средств из институциональных источников финансирования в индустрию венчурного капитала, этот процесс носит международный характер. Так, например, финансовые институты США и многих европейских стран инвестируют фонды развивающихся стран. В рамках ЕС ведется постоянная работа по унификации налоговых, законодательных и таможенных условий для инвестиционной деятельности, благоприятствующих движению инвестиционного капитала между странами. С одной стороны, привлечение зарубежных инвестиций в инновационный бизнес России носит положительный характер, поскольку это способно сгладить остроту валютно - финансовых проблем для российского партнера, так как не требует ни первоначальных валютных взносов с его стороны, ни последующей выплаты процентов, ни погашения долгов. С другой же стороны, активное проникновение на российский рынок иностранного капитала, сопровождающееся оттоком национального капитала за пределы страны, порождает много проблем экономического, социального и психологического свойства, да и страны, вложившие средства в венчурные фонды в России, в большей степени свои цели, нежели интересы России. Таким содействием развитию венчурной индустрии и создание государственных фондов позволит ускорить экономическое развитие страны и повысить её международную конкурентоспособность. Сделать её «не сырьевым придатком Запада», а странной высоких и передовых технологий пользующихся спросом на зарубежных рынках.

Литература

1. Введение в венчурный бизнес. М.: РАВИ, 2004.
2. Взгляд на Россию. Ernst&Young , июль 2004 г.
3. Амосов Ю. Венчурный обзор // Эксперт, декабрь 2004.

Государство и бизнес: путь к партнерству

Попов Сергей Валерьевич

аспирант

Петербургский государственный университет путей сообщения, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: ramst1@rambler.ru

Современное развитие России, направленное на укрепление и совершенствование производственных мощностей, создание новых объектов инфраструктуры, поддержку крупных инвестиционных проектов предполагает значительные капиталовложения в различные отрасли.

Достаточно частым явлением сегодня является ограниченность времени для реализации крупномасштабных задач. Это связано не только со скоростью развития рынка и конкурентов, но и с решением задач социального характера, требующих максимально быстрой реализации. К таким задачам можно отнести проекты развития транспортной и производственной инфраструктуры, создание крупных коммерческих объектов, социальные объекты (больницы, пансионаты и т.д.).

На современном этапе в России, равно как и в мировой практике начал применяться режим согласования интересов структур, заинтересованных в реализации проектов. Согласование происходило в сфере компромисса владельцев инвестиционных ресурсов – частных предпринимателей и представителей государственных структур – заинтересованных в реализации того или иного объекта.

На Западе подобные формы взаимодействия стали развиваться еще с 1992 года, правда, изначально они носили характер однократных случаев, заключенных в рамки стандартных контрактных отношений. В дальнейшем, с ростом потребности в быстром привлечении значительных объемов капиталовложений, стали развиваться и случаи сотрудничества государства и бизнеса. И, к 1998 году на территории ЕС и США, а также ряда стран азиатского региона (в частности - Японии) сформировалась целая система отношений государства и частного сектора, получившая название общественно-частного партнерства (ОЧП).

В Россию сотрудничество государства и бизнеса пришло тоже не так поздно. Еще во времена царской России весьма популярным был принцип концессионного строительства, который может считаться юридическим предшественником ОЧП.

На современном этапе, в связи с увеличением темпов развития страны и стремлением государства наладить взаимовыгодные правовые отношения с бизнесом, все большее внимание уделяется новому институту, устанавливаемому на российском пространстве — институту партнерства государства и бизнеса.

Набор практических решений, который позволил зарубежным странам сформировать систему ОЧП, по целому ряду причин пока не в состоянии обеспечить подобного результата в нашей стране. Основной проблемой в настоящий момент является несостоятельность правовой базы. Если западные страны располагали широкими возможностями к формированию нормативно-правовой базы партнерств путем создания новых форм контрактов и договоров, то российская юридическая система предполагает наличие только начальной формы ОЧП – концессионного договора. Однако, несмотря на все препятствия, система ОЧП все более часто упоминается в планах не только руководителей отраслей, но и руководства страны. Это дает основания полагать, что популярность такой модели взаимодействия будет расти и в результате превратится в систему, адаптированную к российской действительности, но имеющую прогрессивную основу взаимовыгодного сотрудничества капиталов и ресурсов.

Иностранные инвестиции в России: проблемы зарубежного капитала в угольной промышленности Кузбасса

Поскотина Дарья Александровна

студентка

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

E-mail: vupak@mail.ru

Отечественная экономика потенциально может получить эффективное, соизмеримое мировому, развитие лишь при условии устойчивых международных позиций. Тенденции глобализации определяют сегодня “совокупные правила игры”, являющиеся соглашениями стран-участниц организаций, в том числе выработанные ВТО как крупного союза, регулирующего практически весь сектор мировой торговли.

Проведенный анализ претензий и переговорного процесса подтверждает гипотезу о том, что сфера иностранных инвестиций является одним из значительных барьеров на пути присоединения России к ВТО, а приоритетным направлением модернизации необходимо выбрать преобразование законодательной базы в целях ее нормативной адаптации. Потому возникает естественная необходимость в обобщении выделенных на настоящий момент несоответствий. Таким образом, возможен следующий вариант подобной систематизации:

1. Законодательное обеспечение иностранных инвестиций в России имеет значительные недостатки, связанные с дискриминацией иностранного инвестора, что является нарушением требований о предоставлении национального режима;

2. Наличие количественных мер в отношении инвестиций, непосредственно ограничивающих торговлю;

3. Общегосударственная неподготовленность, выражающаяся в отсутствии четкой и обоснованной политики в отношении инвестиций в целом, а также отраслевая неопределенность иностранного капитала [5].

По обозначенным проблемам на конец 2004г. достигнут ряд договоренностей, форсирующих затянувшийся процесс интеграции. В последующем же ее качество будет напрямую зависеть не только от трансформаций общегосударственного уровня, но и от четкой инвестиционной политики, принимаемой в субъектах РФ.

Так ситуация, сложившаяся в Кузбассе в последнее десятилетие, подтверждает мысль о том, что иностранный капитал в регионах «второго эшелона» не обеспечивается адекватной базой для качественного осуществления инвестиционного процесса. Одним из возможных направлений иностранных инвестиций может выступать угольная отрасль, составляющая более трети валового регионального продукта.

Однако по состоянию на 2004 г. объемы привлечения ничтожны: отраслевые гиганты «ЗАО «Распадская»», «Шахта им. Ленина», «Объединение «Южный Кузбасс»» привлекали заемный иностранный капитал до 1992 г. Сегодня применяются только кредитные линии, в которых иностранный инвестор в чистом виде не выделяется, поскольку поставщиком капитала выступает зарубежный банк. Стоит отметить, что «инвестиции» имеют целевое назначение, т.е. направляются на приобретение основных и оборотных средств: традиционными контрагентами оборудования являются Австрия (комбайны «АВМ-20», проходческие комбайны «Fest Alpine»), США (проходческие комплексы «Dgoj»), Германия [данные предприятия]. Инвестированный капитал в традиционном понимании можно относить к иностранному с той особенностью, что в качестве кредитора выступает финансовый институт-нерезидент.

Наиболее существенными причинами в этой связи можно считать, прежде всего, «законодательную брезжь» регионального законодательства, которое по степени своей разработанности и адекватности международному праву стоит на несколько порядков ниже, чем федеральное и правовое обеспечение традиционных реципиентов. Серьезным барьером выступает вполне сложившаяся тенденция монополизации: отрасль представлена несколькими крупными собственниками, которые региональными не являются (Евразхолдинг, СГ «Мечел») [1]. Это дает возможность головной или управляющей компании для скрытого реинвестирования иностранных капиталов в рамках одного холдинга и жесткого оперативного контроля прежде всего финансовой и иных сфер деятельности своих дочерних единиц.

Привлечение иностранного капитала в отрасль актуально уже только потому, что проводимые структурные преобразования экономики региона не обеспечиваются за счет собственного капитала. Таким образом, проблемы обеспечения иностранного капитала в регионе в целом повторяют основные тенденции, препятствующие устойчивому притоку инвестиций в масштабе страны. А гипербола регионального законодательства проявляется уже в том, что оно иностранного инвестора не только дискриминирует, оно не декларирует его статус вовсе.

Литература

1. Винслав Ю. Холдинги: и зло, и благо // Экономика и жизнь, 2004, №47. С. 1–7.
2. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в РФ, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 02.01.2000г., №22-ФЗ.
2. Федеральный закон «О соглашении о разделе продукции» от 18.06.2001г. №75-ФЗ.
3. Федеральный закон «Об иностранных инвестициях в РФ» от 09.06.1999 №160-ФЗ.
5. www.wto.ru.

Интернет и СМИ **Проконина Светлана Сергеевна**

соискатель

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: anpro@televik.aha.ru

Процесс всеобщей информатизации в современном обществе обусловлен действием целого ряда тенденций, среди которых ведущее место занимает глобализация. О ее действии свидетельствует, прежде всего, возникновение и функционирование глобальной сети Интернет. Революционизирующее влияние Интернета на мир коммуникаций не имеет исторических аналогов. Изобретение телеграфа, телефона, радио и компьютера подготовило почву для происходящей ныне беспрецедентной интеграции. Интернет одновременно является и средством общемирового вещания, и механизмом распространения информации, и средой для сотрудничества и общения людей, охватывающей весь земной шар. Феномен сети Интернет следует рассматривать как определенную сторону, аспект, или «стержень», пронизывающий все многомерное социальное пространство и являющееся местом пересечения самых различных социальных полей.

Масштабных исследований о влиянии Интернета на систему традиционных средств массовой информации в России пока нет, поскольку, несмотря на гигантские успехи Рунета, серьезных изменений в системе СМИ он пока не повлек. Это связано с тем, что Интернет для многих еще остается роскошью. И все же, говорить о влиянии Рунета на систему традиционных СМИ уже можно.

Во-первых, практически все информационные агентства, которые являются источниками около 60% первичной информации для других СМИ, поставляют клиентам свою продукцию через Интернет или, в крайнем случае, через электронную почту. Помимо этого, по разным данным, увеличивается самостоятельный поиск журналистами информации в Интернете, в том числе и в российских онлайн-изданиях. Эта информация стала незаменимой для многих региональных СМИ, куда центральные газеты приходят с опозданием, а их сетевые версии доступны сразу и бесплатно. Так в России появились Polit.ru, Russ.ru, Gaseta.ru, Vesti.ru, Ytro.ru, Lenta.ru и другие издания, успешно действующие в настоящее время на медийном рынке.

Но особенно высока «интернетизация» первичной информации в общероссийских СМИ, включая центральное телевидение, которое, как известно, охватывает около 98% населения России. Таким образом, хотя агентство Monitoring.ru оценивает «совокупное влияние» Интернета на россиян в 26 млн. человек, с учетом второго витка распространения интернет-информации через традиционные СМИ, влияние выглядит гораздо существеннее. Конечно, следует оговорить понятие «влияние». По своим социальным последствиям «опосредованное потребление» интернет-информации достаточно важно: если бы сейчас российские СМИ внезапно отключить от Интернета, большинство жителей России сразу же лишились бы полноценных новостей.

Вторая причина, по которой можно говорить о серьезном влиянии Рунета на традиционные средства массовой информации — это оптимистический прогноз относительно дальнейшего развития Сети в России. Это означает, что востребованной окажется прежде всего сфера услуг — от банковских (электронная безналичная оплата коммунальных счетов, билетов, покупок в интернет-магазинах) до информационных (справочная информация, пресса, электронные библиотеки) и развлекательных (онлайн-игры, лотереи и казино).

Далее — неизбежно будет меняться и социальный состав нынешнего Рунета, в котором доля специалистов с высшим образованием, студентов и учащихся сейчас составляет не менее двух третей. Начался активный вход в число пользователей Сети

рабочих, пенсионеров, школьников и домохозяек, что приведет к наибольшей популярности порталы среднего интеллектуального уровня, а также узкотематические специальные ресурсы.

Интернет станет одним из самых широких рынков квалифицированной рабочей силы, поскольку будет требовать все больше и больше профессионалов различного профиля — менеджеров, журналистов, дизайнеров, программистов и т.д. Наконец, изменится характер инвестиций в Интернет — они станут более системными и осмысленными.

Одним из самых существенных последствий широкого распространения Интернета в развитых странах стало осознание обществом гибридизации различных форм и средств коммуникации, в первую очередь массовой (газеты, телевидение) и опосредованной межличностной (почта, телефон и т.д.). Этот процесс проходил и раньше, но именно Интернет наиболее наглядно продемонстрировал возможности такой гибридизации и подтолкнул различных социальных авторов к их сознательному использованию и развитию. Разумеется, до так называемых развитых стран, где охват населения Интернетом составляет 20–50%, еще далеко, но на фоне посткоммунистического блока Россия выглядит достаточно уверенно. Количество пользователей Интернет в России ежегодно увеличивается примерно в 1,5 раза. Итак, согласно последним оценкам Фонда «Общественное мнение», число российских интернет-пользователей составляет 14,6 млн. человек (в сравнении с 13,1 млн. по итогам осени-2003), или 13% от населения страны, а общий объем информации в Рунете (по оценкам «Яндекса») составляет около 350 млн документов. Учитывая темпы развития Интернета в России, можно ожидать, что ближайшем будущем здесь проявятся те же тенденции, которые уже сейчас имеют место в развитых странах.

**Банковский кризис 2004 года
и проблемы реформирования банковской системы России**
Пятилетова Евгения Николаевна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: write2me2day@mail.ru

В 2003 году развитие банковской системы России шло высокими темпами, однако макроэкономическая ситуация после первого квартала 2004 года начала меняться в худшую сторону. Приток валюты в страну сократился, а спрос на нее со стороны организаций и населения вырос. Кроме того, изменение ситуации на фондовом рынке (падение цен на акции и облигации российских эмитентов), привело к убыткам банков на этом рынке. Ухудшение ситуации мгновенно сказалось на банках, которые либо имели небольшой собственный капитал, либо существенно превышали его размеры, а также на тех банках, которые за последние годы привыкли строить свою кредитную политику на основе краткосрочных межбанковских кредитов [1].

Отзыв лицензии у Сodbизнесбанка и прекращение деятельности банка «Кредиттраст» в мае 2004 года, вызвали волну недоверия, которая выразилась в падении оборотов на рынке межбанковских кредитов. Ситуация была усугублена неосторожными заявлениями отдельных представителей органов банковского надзора о наличии неких «черных списков» кредитных организаций. Первыми жертвами волны недоверия стали банки, имевшие дефицит ликвидных активов и находившиеся в сложном финансовом положении. Но постепенно сжатие межбанковского рынка создало проблемы и для многих нормально работающих кредитных организаций.

Своего пика события банковского кризиса достигли в конце июня – начале июля, когда они затронули деятельность ряда так называемых системообразующих, социально значимых многофилиальных банков, входящих в первые 20 российских банков по капиталу и активам. Этими банками стали Гута-банк и Альфа-Банк.

Несмотря на предпринимаемые Центральным Банком меры по преодолению кризиса (поправки в Федеральный закон «О страховании депозитов физических лиц в банках Российской Федерации», предоставление кредита Внешторгбанку для покупки Гутабанка, снижение норматива обязательных резервов, расширение ломбардного списка), рынок межбанковских кредитов полностью восстановился только в начале 2005 года.

Таким образом, можно выделить следующие основные причины банковского кризиса 2004 года:

- чувствительность банковского бизнеса к малейшим изменениям на фондовом рынке;
- зависимость российского банковского сектора от мировой экономической конъюнктуры;
- слабость российских кредитных институтов, которая заключается в недокапитализации и, как следствие, слабой финансовой базе многих банков;
- неэффективная организация взаимоотношений между органами управления банковской системой и коммерческими банками выражается в низкой открытости политики органов банковского регулирования, в отсутствии координации между ними;
- глубокое недоверие граждан к финансовым институтам;
- отсутствие надлежащего корпоративного управления коммерческих банков, которое должно обеспечивать адекватную защиту собственников банка, кредиторов и клиентов от необоснованных рисков;
- непрозрачность финансовых результатов деятельности и недостоверность отчетности многих банков.

Сочетание этих факторов привело к нестабильности в банковском секторе, которая переросла в так называемый «кризис доверия». Основные последствия этого кризиса для банковской системы России заключаются в следующем:

- падение темпов роста ресурсной базы и кредитного портфеля банков, увеличение ставок по кредитам, снижение деловой активности в банковском секторе;
- перераспределения активов и доли банков на финансовых рынках;
- изменение отношения к заемщикам, особенно на рынке межбанковских кредитов: при выдаче средств банкиры-кредиторы стали тщательнее оценивать кредитоспособность своих контрагентов, уделять особое внимание величине чистых ликвидных активов;
- временная потеря доверия населения к банкам и финансовым рынкам в целом;
- создание предпосылок для широкомасштабной консолидации;
- возрастание политических рисков.

Сейчас, несмотря на опережающие темпы роста банковского сектора по сравнению со всей экономикой, он еще слишком далек от того, чтобы стать катализатором развития рыночной экономики в России [2]. Банковский сектор пока еще не занимает столь важного места в экономике России, как в развитых странах. Это позволяет правительству провести решительные реформы банковского сектора, направленные на его оздоровление, устранение последствий летней нестабильности и недопущение «второй волны кризиса».

В качестве основных можно выделить следующие направления реформ:

1. Запуск системы страхования вкладов, что позволит восстановить доверие населения к кредитным институтам, предотвратить немотивированную панику вкладчиков в будущем и закрепить тенденцию увеличения денежных средств на счетах физических лиц.
2. Повышение капитализации банков через их слияния и поглощения. Этот процесс является важным условием стабильности банковской системы, так как крупные банки

лучше функционируют в условиях нестабильности, обладая более высоким запасом ликвидности по сравнению с мелкими.

3. Создание системы рефинансирования коммерческих банков, применение к ним селективного подхода со стороны ЦБ РФ.
4. Переход на международные стандарты финансовой отчетности, что будет способствовать повышению конкурентоспособности российских банков на международном и внутреннем рынке, позволит наладить корпоративное управление в банках, провести правильную оценку бизнеса, повысить прозрачность финансовой отчетности.
5. Создание системы кредитных бюро. Эта мера должна решить проблему отсутствия в России базы данных о недобросовестных заемщиках, уменьшить риски, связанные с невозвратами кредитов, и, следовательно, снизить ставки по ним.

Литература

1. Нестеренко М. По материалам форума: Сочи. Банки. XXI век // Банковское дело, 2004, N10. С. 24–26.
2. Моисеев И. Рост проходит мимо банков // Финансовые известия, 07.06.2004.

Перспективы становления российских ТНК: проблемы и пути их решения

Романова Анастасия Евгеньевна

аспирантка

Кубанский Государственный университет, Краснодар, Россия

E-mail: kromanov@mail.ru

Тяжелая экономическая ситуация, в которой находится наша страна с начала 90-х годов, подтолкнула государство и экономическое сообщество к созданию новых интеграционных объединений промышленного и финансового капитала, которые стали бы каркасом экономики современной России и позволили ей выйти из кризиса. Правительством РФ была сделана ставка на развитие ФПП в качестве приоритетного направления преобразования экономики и промышленной политики.

С целью стимулирования формирования ФПП в нашей стране должна проводиться согласованная и целенаправленная политика на трех уровнях: макро-, мезо- и микроуровне. Со стороны государства эта деятельность направлена, прежде всего, на создание грамотной нормативно-правовой базы, разработку комплекса мер направленных на поддержание ФПП, развитие экономических отношений со странами СНГ и на основе этих связей формирование транснационального направления деятельности ФПП, стимулирование развития финансового и фондового рынка и т.д. На региональном уровне перспективы развития ФПП зависят от того насколько тесно сложатся отношения с местной администрацией, насколько интересы интеграционного объединения будут совпадать с политикой проводимой в данном субъекте РФ.

Если же рассматривать этот вопрос на микроуровне, то необходимо отметить, что наибольшую активность процесс формирования ФПП получил именно в тот момент, когда, многие предприятия были просто вынуждены объединяться и становиться участниками какого-либо ФПП, с целью выживания и повышения своей конкурентоспособности в условиях экономического кризиса, а также существовала необходимость восстановления доли внутреннего рынка товаров и услуг, который был искажен в ходе ведения командно-плановой системы хозяйствования СССР к тому же банки уже накопили достаточно финансовых средств, чтобы инвестировать их в промышленность.

Но, несмотря на работу, которая ведется на всех уровнях, существует огромное количество проблем, недочетов и противоречий, которые скорее препятствуют, чем способствуют развитию ФПП в нашей стране.

Нами предложен комплекс мер, который позволил бы решить многие из наиболее актуальных проблем. Среди таких рекомендаций можно выделить: переход на противозатратную систему хозяйствования, устранение ограничений на участие одного банка только в одной ФПГ, использование государства в качестве стратегических собственников в структуре ФПГ и т.д.

**Пути повышения конкурентоспособности предприятий
с учетом вступления России в ВТО**
Рондарь Екатерина Владимировна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: rondar@mail.ru

Динамика рынка является мощным дестабилизирующим фактором при формировании стратегии конкуренции предприятия с учетом вступления России в ВТО. Поэтому исследование изменений является необходимым условием адаптации стратегии к особенностям развития рынка. Конкурентная среда нового рынка имеет несколько отличительных особенностей, которые необходимо учитывать при разработке стратегии.

Возникает острая необходимость исследования ряда условий роста эффективности функционирования предприятия для успешной работы при вступлении в ВТО, что осложняет проблему выбора особой стратегии конкуренции. Вместе с тем опыт предприятий, действующих на новых рынках, показывает, что целесообразно оценить возможности определенных направлений конкуренции. Такое направление для усиления позиций перед конкурентами как управление бизнесом в инновационной манере, осуществляется с целью наиболее благоприятного позиционирования предприятия на рынке. На новом рынке еще не существует «правил игры», и обычно представители отрасли пользуются широким спектром стратегических средств. Инновационный подход позволяет предприятию-пионеру создать «правила игры» в таких сферах, как дизайн, маркетинг, ценообразование, и, таким образом, завоевать прочное положение на рынке. Существует направление по использованию преимуществ приоритета, относящихся к качеству продукции, его дизайну, отношениям с поставщиками, особенностям технологий, используемого сырья и т.п. Возможен также поиск новых групп потребителей и территориальных рынков. Поощрение первых покупателей может осуществляться различными предприятиями в соответствии с тактикой продвижения продукции, имеющей целью снизить издержки потребителей при переключении на новую продукцию. Поэтому первые группы потребителей на новом рынке недостаточно устойчивы, что определяет необходимость постоянного расширения границ рынка. Если это затруднительно по объективным причинам, необходимо использовать средства увеличения числа потребителей за счет конкурентов. Следует также быстро и адекватно реагировать на появление новых технологий, с целью занять лидирующую технологическую позицию в отрасли, а также на рынке сбыта.

Важным моментом при вступлении России в ВТО является подготовка к моменту проникновения в новую отрасль мощных предприятий из других отраслей. Для этого необходимо спрогнозировать новых конкурентов, время их «входа» в отрасль и обосновать стратегии конкуренции с ними. Внедрение в отрасль крупных компаний заставит искать новые приемы и методы защиты своих позиций. Анализ возможностей перечисленных стратегий и их сочетаний для повышения конкурентоспособности при вступлении России в ВТО не означает полное игнорирование долгосрочной перспективы. Необходимо заблаговременно подготовиться к особым условиям, которые возникают при переходе к более зрелому рынку, с сильной конкуренцией за долю рынка.

Забота о краткосрочном росте должна быть сбалансирована с долгосрочными потребностями в построении хорошо защищенных рыночных позиций.

Венчурное финансирование инновационной деятельности

Самекина Сауле Серикпаевна

студентка

Государственный университет им. С.Торайгирова, Павлодар, Казахстан

E-mail: Stein_sv@mail.ru

Проводимые в Республике Казахстан рыночные преобразования повлекли за собой смещение акцентов с сырьевой направленности в пользу сервисно – технологической ориентации экономики, основывающейся на создании и развитии национальной инновационной системы. Одним из важнейших механизмов функционирования этой системы является венчурное финансирование.

Возрастание интереса к рисковому финансированию, в современных условиях, обеспечено тремя основными причинами: во-первых, получением реального дохода, многократно превосходящего потенциальную прибыль традиционных кредитно – финансовых операций; во-вторых, развитием новых методов управления, способствующих минимизации инвестиционных рисков. И, в-третьих, обеспечено практической возможностью финансирования инновационных идей и разработок на начальных этапах их реализации. Особенности венчурного поэтапного финансирования инновационных проектов заключаются в стремлении снизить финансовый риск инвесторов на ранних стадиях и в необходимости привлечения дополнительных средств по мере успешного развития.

Итак, первый этап инновационных проектов — достартовое финансирование, называемое среди инвесторов «посевом» (seed). Финансирование требуется для осуществления предварительных исследований, разработок, анализа потенциального рынка новой продукции и составления бизнес — плана. Длительность первого этапа составляет до одного года, в конце которого отбрасывается около 90% идей. Этап стартового финансирования (start up) заключается в организации новой фирмы и подборе ее сотрудников, в разработке и испытании прототипа нового продукта, в изучении потребностей современного рынка. Реализация данного этапа осуществляется в период от полугода до нескольких лет. Этап характеризуется высокой степенью риска, поэтому практикуются совместные капиталовложения. Этап начального расширения (early expansion, first-stage financing) связан с началом практической деятельности инновационной фирмы: выпуск продукта или коммерческое освоение определенных видов услуг. Следовательно, финансирование необходимо на проведение рекламной кампании, укрепление репутации, сбыт продукции, на совершенствование системы инновационного менеджмента. Начальное расширение фирмы занимает несколько лет.

Укрепление инновационной фирмы сопряжено с этапом быстрого расширения (rapid growth), который предусматривает значительные средства для увеличения производственных мощностей, оборотного капитала, улучшения системы сбыта и совершенствования продукции. На этом этапе, как правило, прекращается привлечение новых инвесторов, и используются средства традиционных финансовых источников.

Последний этап – этап ликвидности (liquidity stage) предполагает первоначальное публичное размещение акций этой фирмы на фондовом рынке, либо их продажу заинтересованной фирме. Капиталовложения в более поздние этапы характеризуются меньшим риском, но менее высокой нормой прибыли.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день в Казахстане, созданные организации по финансовой поддержке малых наукоемких предприятий работают лишь на этапе начального расширения. Такой подход к развитию инновационных фирм

создает парадоксальную ситуацию, ведь без создания и роста стартовых компаний (вследствие отсутствия финансирования) нечего будет и развивать.

Поэтому, вооружившись зарубежным опытом и особенностями развития казахстанской национальной экономики, предлагается усовершенствовать финансовую схему развития инноваций, предполагающую в перспективе финансировать инновационные проекты на ранних этапах. Для этого, прежде всего, необходимо создание благоприятных условий для реципиентов венчурного капитала. А именно: освобождение фирм, получивших на 7-10 лет займы (в целях обеспечения стартового капитала) от уплаты процентов в первые два года и выплаты обязательств в течение первых четырех лет. Предусматривается также устранение двойного налогообложения инвесторов, участвующих в формировании венчурных фондов, создание благоприятного режима налогообложения доходов от операций с ценными бумагами и выработка эффективной системы защиты интеллектуальной собственности.

Таким образом, необходимость совершенствования системы венчурного финансирования в Республике Казахстан очевидна. Надлежащее обеспечение финансовыми средствами инновационных фирм за счет венчурных фондов позволит стимулировать развитие рынков предпринимательства и интеллектуальной собственности, а также значительно интенсифицировать процессы коммерциализации инновационных разработок.

Направления совершенствования механизма управления технологическим развитием

Сатиева Асель Нурабаевна

студентка

*Карагандинский государственный университет им. Е.А. Букетова, Караганда, Казахстан
E-mail: mulra@mail333.com*

Роль наукоемких производств и информационных технологий в современной экономике определяется их растущим вкладом в уровень развития и благосостояния общества. Задача ускорения научно-технического прогресса решается путем сочетания действий на двух основных направлениях экономического развития: организация высокоэффективного рынка, в том числе его инновационного сегмента; осуществление централизованно управляемой структурной трансформации экономики на основе создания условий для широкого распространения прогрессивных технологий.

Проблема поддержания высокой эффективности функционирования рынка в долгосрочном плане, связанная с необходимостью обеспечения прогрессивных технологических сдвигов в экономике, решается путем комбинирования рыночного и централизованного регулирования, как хозяйственной деятельности, так и создания и распространения новшеств.

Рыночное регулирование воздействует на инновационный процесс таким образом, что производственно-экономическая система, практически неизбежно оказывается в состоянии равновесия на низком уровне. При этом удовлетворяется часть спроса, чем и достигается некоторое состояние равновесия, которое достаточно устойчиво, так как такое состояние оказывается почти безрисковым. В то же самое время подобная система не может сохранить свою рейтинговую позицию среди других предприятий, которые значительное внимание уделяют своему развитию, благодаря чему улучшают свои характеристики и выходят на более высокие уровни экономического равновесия.

В этих условиях существенную роль играет повышение эффективности производства путем использования наукоемких и ресурсосберегающих технологий, применения новых видов конкурентных преимуществ, представляемых, например, компьютерным проектированием, гибкими автоматизированными производствами, глобальными информационными сетями и т.п.

При этом необходимо учитывать, что попытка выхода из состояния равновесия на низком уровне связана с необходимостью усиления динамической составляющей в хозяйственной деятельности системы, что в свою очередь приводит к требованию работы в условиях неопределенности. В самом деле, стремление к развитию означает, что существенная доля производимого продукта и полученного от его реализации дохода должны быть отвлечены на расходы, возможные результаты которых имеют долговременный характер, а их эффективность может быть оценена только в будущем.

На наш взгляд, для решения подобных проблем следует исходить из того, что всякая динамично развивающаяся производственная система является системой с обратной связью. Основное назначение механизма обратной связи состоит в том, чтобы на основе измерения получаемых результатов и их сравнения с планируемыми вырабатывать определенные рекомендации и предложения для основного устройства управления. В области экономических приложений получаемая таким образом информация относится в большинстве случаев к изменению стратегических и тактических решений в сфере расходов на прямые инвестиции в активы, на финансирование мероприятий по стимулированию научно-технического прогресса, в особенности на разработку и освоение новых технологий, новых видов продукции и проведение ресурсосберегающих мероприятий. Кроме того, устройство обратной связи позволяет получать постоянную информацию об эффективности принимаемых решений и оценку возможных вариантов их изменения.

Наиболее распространенным способом использования информации в цепи обратной связи является схема жесткого управления, в которой рекомендации по изменению решений прямо связаны с отклонениями фактических результатов от планируемых при помощи фиксированных коэффициентов. В этих условиях стратегическое планирование стабильного и эффективного функционирования хозяйствующего субъекта корпоративного или фирменного уровня подразумевает обеспечение решения целого комплекса взаимоувязанных задач управления, главными из которых являются: маркетинговые исследования рынка; инвестиционное обеспечение производства и воспроизводства за счет рациональной организации денежных потоков и заимствований; инновационное совершенствование научно-экспериментальной и производственной базы, направленное на их техническое перевооружение, на создание и использование научно-технических, технологических, конструкторских и инвестиционных заделов в обеспечение конкурентного превосходства собственной продукции.

Из всего многообразия путей развития наукоемких отраслей следует выделить кооперацию в ее широком понимании – научно-производственную, информационную, финансовую, институциональную. Одна из причин кризиса российской и казахстанской наукоемкой промышленности, на наш взгляд, – разрыв и снижение уровня кооперационных связей между предприятиями на пространстве СНГ, входивших ранее в единые научно-промышленные комплексы, слабая интегрированность в мировую экономику.

Литература

1. Багриновский К.А. О методах адаптивного управления в переходной экономике // Экономическая наука современной России. 1999, №2.
2. Бендиков М.А. Некоторые направления повышения эффективности технологий // Менеджмент в России и за рубежом, 2000, №5.

К вопросу о понимании природы и функциональной роли транзакционных издержек **Сафонова Ольга Викторовна**

аспирантка

Шуйский государственный педагогический университет, Шуя, Россия

В экономико-теоретической литературе существует масса определений транзакционных издержек. Их несколько десятков. Наиболее общее определение,

идущее от Рональда Коуза, — это издержки рыночных сделок. Рональд Коуз особо выделяет рыночные сделки и связанные с ними затраты, возможно отделяя их от сферы производства и сферы физического товаропродвижения. Из классиков политической экономии наиболее серьезный вклад в разработку теории издержек сделал Карл Маркс, посвятив этой теме, ряд глав 2 тома «Капитала» «чистые издержки обращения и дополнительные издержки». Можно ли Марксовы издержки обращения трактовать как некую предтечу транзакционных издержек? Дополнительные издержки обращения связаны с физическим продвижением товаров на рынок, его сбытом, предполагается его транспортировка, хранение, первичная подработка, это по существу часть издержек производства, осуществляемая за пределом фабрик или заводов. Чистые издержки обращения, то они по Марксу, обусловлены существованием товарно-денежных отношений, в них определено присутствует момент рыночной сделки. В этой части, возможно, есть основания «Марксовы чистые издержки обращения» объявить предтечей транзакционных издержек Рональда Коуза. Однако в эпоху Маркса издержки рыночных сделок не составляли значительной доли в совокупных издержках, сама коммерческая деятельность не отличалась подлинным размахом.

В современную эпоху коммерческая деятельность предприятий их объединений приобрела колоссальный размах, международный характер, процесс заключения рыночных сделок оформился в особый вид деятельности, стали зачастую длительными и многосложными, на них падает серьезнейшая часть общих затрат. В настоящее время необходимо отдельно выделить издержки рыночных сделок. Мы пытаемся под понимание транзакционных издержек подвести какую-то объективную базу.

Попробуем предложить еще одну схему анализа исходя из политико-экономических подходов. Хорошо известна воспроизводственная цепь: производство – распределение — обмен — потребление, укорочено производство – обращение – потребление. Функционирование каждой подсистемы связано с затратами, отсюда издержки производства, издержки обращения, издержки потребления. В издержках обращения можем выделить две составляющие: одна из них связана реально с товаропродвижением и сопутствующими операциями, другая относится к сфере товарно-денежных отношений так таковых и в смягченном виде могут быть представлены как издержки рыночных сделок. При этом это понятие подлежит широкому трактованию, имея ввиду не только заключение товарной сделки так таковой, но и такие стадии, как поиск информации, работа с нею, обеспечение защиты прав собственности, маркетинговые исследования, и возможно что-то другое. В плане политико-экономических абстрактных построений они могут рассматриваться самостоятельно.

Представим также в ключе политической экономии еще один подход, исходя из воспроизводственной цепи. Сфера обращения в современной экономике конституируется как рынок. Тогда можно говорить об издержках функционирования рынка. Рынок состоит из разнообразных элементов рыночной инфраструктуры. Поэтому можем говорить о том, что издержки функционирования рынка это по существу издержки действия рыночной инфраструктуры. Но рыночная инфраструктура обеспечивает также и физическое продвижение товара сопутствующими операциями, а не только включают в себя рыночные сделки в их расширительном трактовании. С учетом суждений представленных выше, можем выделить в рамках политико-экономического подхода следующие понятия, имеющие отношения к поставленному нами вопросу: издержки обращения как издержки производства, продолжающегося в сфере обращения; издержки обращения как издержки рыночных сделок в их широком толковании, однако без учета издержек физического продвижения товара и непосредственно связанных с ним операций; издержки функционирования рыночной инфраструктуры, в которых соединены оба этих типа издержек обращения. Где аналог транзакционных издержек! По-видимому, это вторая из трех названных нами позиций.

Трактовку транзакционных издержек Рональда Коуза можно дать с той позиции, что экономика есть совокупность институтов, под которыми понимаем учреждения с их нормами и правилами. Функционирование институтов связано с издержками. Но если институты охватывают всю воспроизводственную цепь, то в этом случае возвращаемся к теме, переходя на язык политической экономии, издержек производства, издержек обращения и издержек потребления. В данном случае придерживаемся народно-хозяйственного, т. е. макроэкономического подхода. Пользуясь, случаем, заметим, что эти три группы издержек — это базовые понятия.

Идею двойственности применяем не только к сфере обращения, но и одновременно ко всем трем фазам воспроизводства — к самому производству, обращению и потреблению. Тогда одни затраты связаны с созданием товара как физического тела, его обращения и потребления (с учетом сопутствующих операций), а другие издержки обусловлены товарно-денежными отношениями, присущими всем трем стадиям. Так можно поставить вопрос, но будет ли он теоретически состоятельным. Рынок вот где сконцентрированы товарно-денежные отношения, но рынок сфера обращения.

Как можем трактовать транзакционные издержки с политико-экономической стороны.

- Это издержки, относящиеся в сфере обращения;
- Это та часть издержек обращения, которая не связано с физическим товаропродвижением, но которая связана с коммерческой деятельностью как многообразными сделками, конечным результатом которого является как раз это физическое товаропродвижение товара, выделяемая нами как особая сфера экономической деятельности;
- Если увязывать транзакционные издержки с функционированием рыночной инфраструктуры, то последнюю следует подразделить на две сферы, одна из которых выполняет задачи обращения товара как такового с необходимыми сопутствующими операциями, другая имеет отношение к рыночным сделкам, операциям как к коммерческим операциям, связанным в тоже время и с финансовой стороной дела.

Литература

1. Коуз, Рональд и др. Уроки организации бизнеса = Lessons in business organization / Под общ. ред. А.А. Демина, В.С. Каткало. СПб.: Лениндат, 1994.
2. Коуз, Рональд Г. Фирма, рынок и право / Пер. с англ. Б. Пинскера; науч. Ред. Р. Капелюшников. М.: Дело, 1993.
3. Маркс Карл. Капитал. Критика политической экономии. (Пер. И. И. Скворцова-Степанова.) Т. I. Кн. I. Процесс производства капитала. М., Политиздат, 1978.
4. Маркс Карл. Капитал. Критика политической экономии. Пер. И. И. Скворцова-Степанова. Т. 2. Кн.2. Процесс обращения капитала. М., Политиздат, 1978.
5. Маркс Карл. Капитал. Критика политической экономии. Пер. И. И. Степанова-Скворцова. Т.3. Часть 1,2. Кн.3. М., Политиздат, 1955.
6. Уильямсон О. Природа фирмы. М.: Дело, 2001.

К количественной теории долгосрочного технико-экономического развития

Синицкий Антон Владимирович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: sinitsk@mail.ru

Важной областью исследований в современной экономической науке являются долгосрочное экономическое развитие и его связь с технологической эволюцией. В настоящее время эта связь анализируется в рамках теории технико-экономических парадигм (укладов).

Основной *недостаток* современной теории укладов, на наш взгляд, состоит в следующем. При всей важности, плодотворности и перспективности обсуждаемой

концепции, она практически *не подкреплена количественными расчетами, эконометрическими моделями*. По сути, число укладов (пять плюс возникающий шестой), их содержание и историческая датировка не были найдены количественными расчетами и никогда не подвергались эконометрической проверке.

Характеристика первых трех укладов традиционно основана на положениях, выдвинутых Н.Д. Кондратьевым и Й.А. Шумпетером более полувека назад, а четвертого и пятого укладов — построена по аналогии с ними (в частности, в предположении о равенстве длины цикла 50 годам). За это время в явном виде количественные модели так и не были построены. Единственным описанным в литературе комплексным количественным исследованием укладов является анализ третьего, четвертого и пятого укладов, проведенный С.Ю. Глазьевым [1]. Обобщенные показатели, описывающие динамику каждого из трех рассмотренных укладов, строились методом главных компонент (далее сокращенно ГК) из рядов, отобранных в качестве характерных для соответствующего уклада. Первые (наиболее информативные) ГК, рассчитанные для четвертого и пятого укладов, интерпретированы С.Ю. Глазьевым как обобщенные показатели роста (абсолютного или относительного) соответствующего уклада. Такая трактовка не только наталкивается на противоречие эмпирических фактов и модельных результатов, но и не вполне корректна, поскольку, на самом деле, в каждой ГК оказываются перемешаны разные уклады (в такой пропорции, которая обеспечивает наибольшую дисперсию ГК). Лучшим приближением базисной функции укладов является линейная комбинация первых N главных компонент (с точностью до прибавления константы, учитывающей различия в нормировке; где N — число укладов на рассматриваемом временном интервале).

Нами были выполнены предварительные количественные оценки, для иллюстрации изложенного выше теоретического положения на основе данных, аналогичных анализируемым С.Ю. Глазьевым (данные взяты из [2]). На их основе можно сформулировать следующие выводы:

- межстрановые различия в плане технико-экономического развития весьма велики, и данные по разным странам необходимо изучать по отдельности;
- перед включением тех или иных показателей в модель необходимо обратить внимание на их содержание и эмпирическую динамику, из нескольких сходных по смыслу показателей выбрать наиболее адекватный (в частности, меньше всего осциллирующий вокруг тренда);
- преследуя цель поиска базисной функции некоторого уклада, необходимо обеспечить наличие в исследуемой выборке достаточного числа отражающих данный уклад показателей, проходящих максимум примерно в одно и то же время;
- наконец, утверждение о том, что третий технологический уклад сошел на нет в 1930-е годы, заведомо неверно, что заставляет усомниться в правильности и других положений, высказанных в литературе, относительно числа, времени и содержания укладов.

Литература

1. Глазьев С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. М., 1993.
2. Historical Statistics of the United States: Colonial Times to 1970, Bicentennial Edition. N.Y., 1976.

Выявление критических точек экономического роста для обеспечения стабильного инновационного процесса

Софронов Дмитрий Андреевич

аспирант

Орловский государственный технический университет , Орел, Россия

E-mail: tempus@ostu.ru

Констатируя снижение темпов экономического роста, ведущими аналитиками отмечается, что в настоящее время перед экономикой России стоит проблема

предотвращения стогнационных ожиданий. Данный процесс связан с тем, что эффект полученный национальной экономикой в конце 90-х годов за счет девальвации рубля и резкой интенсификации процесса импортозамещения сведен практически на нет. Можно отметить, тот факт, что при стабильно высоких ценах на нефть динамика экономического роста идет на снижение из чего следует, что промышленность не использует возможности благоприятной экономической конъюнктуры для решения одной из самых важных проблем отечественной экономики – низкой производительности труда и отсталости в технологическом плане от ведущих стран, т.е. отсутствие стабильного инновационного процесса.

Рассмотрим некоторые статистические данные. В июле 2004г. прирост отпускных цен в промышленности замедлился в два раза до 1,2% (против 2,4% в среднем за месяц во втором квартале). Это связано, в первую очередь, с исчерпанием отраслями – монополистами установленных лимитов повышения тарифов, а также со стабилизацией или даже снижением цен на продукцию металлургического комплекса.

Данные Госкомстата России за семь месяцев года фиксируют двойной опережающий рост отпускных цен — по сравнению с прошлогодними показателями за сопоставимый период (+19,1% и +7,5%, соответственно) и с приростом потребительских цен в этом году (+7,1% и +8,7%, соответственно). По экспертным оценкам, реальные масштабы увеличения отпускных цен на промышленную продукцию несколько ниже, чем показывает статистика (около 18%). Однако, в любом случае столь высокий темп роста цен производителей чреват рядом негативных последствий.

Во-первых, это переводит широкий ряд отечественных товаров в ценовую нишу, где им приходится конкурировать с более качественной импортной продукцией, цена на которую относительно стабильна в силу динамики валютного курса рубля. Рост доли импортной продукции в товарообороте (удельный вес импортных товаров в товарных ресурсах розничной торговли во II квартале составил 44,4% против 43,6% в I квартале 2004 г.) свидетельствует, что подобную конкуренцию отечественной продукции выдержать пока сложно.

Во-вторых, опережающий рост материальных издержек по сравнению с выпуском на фоне устойчивой тенденции к быстрому росту заработной платы ведет к росту удельных издержек. В случае снижения экспортных цен это чревато сжатием объема финансовых ресурсов, остающихся в распоряжении российских сырьевых компаний. Цены нефтяного комплекса остаются существенным фактором дальнейшего роста цен целом по промышленности. Повышение налогового бремени для нефтяного комплекса с августа 2004 г., а также рост транспортных расходов подтолкнули нефтяников к повышению внутренних цен на нефтепродукты. Высокие мировые цены на нефть сохраняют риски дальнейшего увеличения цен на нефтепродукты на внутреннем рынке

В связи с выше сказанным, можно определить круг задач, решение которых даст возможность выбора эффективных экономических инструментов для прогнозирования динамики экономического роста.

Как нам кажется, в качестве таких инструментов может быть выбран метод выявления и анализа, так называемых, критических точек экономической системы. В нашем случае под критической точкой может пониматься такой экономический процесс или явление влияние изменений которого на экономическую систему в среднесрочном и/или долгосрочном периоде имеет резко отрицательный характер. При попадании в критическую точку экономическая система теряет стабильность в своем развитии и начинает либо стагнировать либо разрушаться.

В качестве таких критических точек, как нам кажется, могут быть выбраны, например, такие экономические явления как инфляция издержек.

Рассматривая в качестве критической точки инфляцию издержек необходимо в первую очередь сказать следующее. Инфляция, вообще, может быть определена как

снижение покупательной стоимости национальной валюты, т.е. за одну единицу национальной валюты можно приобрести меньшее количество благ.

Влияние инфляции, особенно инфляции издержек, благодаря регулярному росту тарифов последнего времени, на экономический рост является дискуссионным вопросом, однако большинство экономистов сходятся во мнении, что данное влияние существует. Следовательно, данное явление является критической точкой и требует детального анализа для выбора эффективных инструментов влияния на нее

**Инновационная корпорация как фактор активизации
новаторской деятельности в Республике Беларусь**

Степаненко Дмитрий Михайлович

аспирант

Белорусский государственный экономический университет, Минск, Беларусь

E-mail: erstesieger@mail.ru

В настоящий момент перед Беларусью стоит задача перехода на инновационный путь развития. Однако при этом пока как спрос на технологические инновации со стороны предприятий, так и их предложение со стороны науки явно недостаточны. В 2003 году инновационно активными были лишь 314 предприятий промышленности республики, или 13,4% от их общего количества.

В таких условиях белорусскому государству объективно необходимо предпринимать мероприятия, направленные на активизацию новаторской деятельности на своей территории. Одним из таких мероприятий может быть инициирование создания в Беларуси инновационной корпорации. Она мыслится как организация, занимающаяся следующими видами работ: 1) поиск рыночно ориентированных идей; 2) фундаментальные, поисковые и прикладные исследования; 3) проектно-конструкторские разработки, изготовление и испытание опытных образцов и новых технологий; 4) техническое обслуживание и модернизация технологий и продуктов после начала их серийного производства; 5) первоначальное продвижение готового инновационного продукта на рынке.

Таким образом, инновационная корпорация призвана осуществлять полный цикл от проведения фундаментальных исследований до момента продажи готового изделия. При этом ей не следует заниматься самостоятельным производством, а в роли конечного продукта для нее должна выступать законченная технологическая или продуктовая инновация.

Ситуация, характерная для инновационной сферы республики, а также объективные свойства рынка не позволяют говорить о возможности стихийного формирования подобных структур. Для их успешного создания необходима осознанная системная поддержка со стороны государства, для которого корпорация станет инструментом стимулирования инновационной активности в стране, постоянно действующим фактором активизации новаторской деятельности в Беларуси.

В качестве учредителей инновационной корпорации видятся Национальная академия наук, ряд ведущих вузов, предприятия отечественного военно-промышленного комплекса (ВПК), иные наиболее крупные субъекты хозяйствования республики, Белорусский инновационный фонд и сама Республика Беларусь как юридическое лицо. Конкретной организационно-правовой формой такого объединения может быть акционерное общество, в котором за белорусским государством следует закрепить 51% акций. Обозначенный круг участников корпорации позволит совместить концентрацию в ее рамках:

- 1) технического, технологического и человеческого потенциала белорусского ВПК, других ведущих предприятий;
- 2) человеческого потенциала национальной науки;
- 3) возможностей соответствующего финансового обеспечения процесса создания технологических и продуктовых инноваций.

Финансирование инновационных процессов в республике на сегодняшний день сопряжено с целым комплексом специфических проблем, обусловленных слабостью финансовых институтов. Слабость институциональных инвесторов, таких как страховые компании и пенсионные фонды, сильно ограничивает использование в Беларуси отечественного и западного венчурного капитала. В таких условиях следует вести речь об усилении государственного участия в финансировании создания инноваций. Проявлением этого должно стать ежегодное закрепление в бюджете страны отдельной строкой расходов на поддержание функционирования инновационной корпорации.

Для государства и общества в целом преимущества создания корпорации достаточно очевидны. Прежде всего речь идет о формировании предпосылок для технологического рывка, что является важной целью, не раз обозначаемой в прошлом Президентом и Правительством республики. Это позволит повысить конкурентоспособность Беларуси, стимулировать экономический рост через эффект мультипликатора, увеличить количество рабочих мест.

Для предприятий-учредителей инновационной корпорации плюсы также достаточно очевидны. ВПК Беларуси, иные крупные субъекты хозяйствования получают возможность дополнительного, пускай даже косвенного, финансирования как за счёт передачи технологий и получения последующего результата в виде доходов от новой корпорации, так и за счёт реализации хотя бы отчасти заказов на производство готовой продукции.

Брэнды государств, мотивация потребителя и экономический рост **Судаков Леонид Павлович**

соискатель

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: leonid.sudakov@danone.com

Торговля играет центральную роль в современной истории человечества. Задолго до обретения возможности путешествовать широкими слоями населения, она способствовала развитию “географии воображения” и созданию представлений о мире. Образы далеких стран передавались через им порт товаров и предметов культуры. С ростом торговли и специализации в средневековье, отдельные виды товаров стали ассоциироваться с определенными географическим источником. Сила таких исторических указателей происхождения — ничем не меньше, чем та, которой обладают самые сильные сегодняшние торговые марки.

Положительная взаимосвязь между имиджем государств и укреплением конкурентоспособности национальных производителей делает его исследование особенно важным в контексте глобализации. С одной стороны, развитие стратегии использования брэнда страны за границей может помочь производителям в работе над сегментацией, разработкой новых продуктов, позиционированием и тактикой продвижения. Частая ошибка как менеджеров, так и исследователей заключается в ожидании, что этикетка «Сделано в» сама по себе проведет к повышению конкурентоспособности. В большинстве случаев, это не так. В тоже время, понимание какие аспекты имиджа страны важны целевому клиенту в специфическом контексте и развитие уникальной и разносторонней стратегии продукта с их учетом, может проложить путь к достижению долгосрочного конкурентного преимущества.

С другой стороны, укрепление экспортных позиций национальных промышленных производителей приносит непосредственную выгоду для общего образа страны, через признание международного успеха конкретного вида экспорта. Специфические качества товаров дает основание для развития более общие ожиданий о качестве среди иностранных клиентов. Когда индивидуальные положительные впечатления достигают критической массы, имидж страны приобретает новое измерение, и общие ожидания

конкурентоспособности ее товаров растут. Ярким примером этой динамики является вклад таких компаний, как L’Oreal, Christian Dior и Chanel, в популяризацию имиджа Франции как всемирного центра моды и красоты. Прежде, чем “косметика и духи” были сотканы во французскую культурную традицию, этот аспект имиджа был динамически «произведен» через широкое принятие преимущества французских производителей в данной отрасли промышленности. В течение последних двух десятилетий, Samsung и Nokia стартовали преобразование Кореи и Финляндии в глазах потребителя в ключевых игроках в электронике и мобильных технологиях. Произведенные преобразования в имидже обеспечивают конкурентное преимущество на экспортных рынках для новых производителей косметики из Франции, и технологических компании из Кореи и Финляндии.

Свыше сорока лет, исследователи изучают отношения между восприятием имиджа государств и произведенных на его территории товаров. Обзор литературы выявил свыше триста научных статей и более чем восемьсот публикаций по теме с начала 60-х годов. Несмотря на это, наш анализ показывает, что эта научно-исследовательская традиция страдает от недостатка воображения и широко-распространенного клонирования в области методологии исследований, и в результате, растущей нестыковки между этими методами и комплексным характером современной маркетинговой практики. Для сохранения эмпирической релевантности исследований, набор маркетинговых методов должен быть включен в наше понимание имиджа стран. Многие исследователи все еще пытаются определить величину статической формулы «Сделано в». Однако, в современном контексте, определенном, с одной стороны, многонациональным производством, развитием глобальных брэндов и снижающейся чувствительностью к географическому источнику товара; и с другой, поиском и открытием новых рынков, ростом виртуального туризма, и тягой к экзотике – развитие и воспроизведение брэнда страны требует более широкого анализа.

В докладе представлены теоретические обоснования и результаты практического исследования, проведенного автором на территории Китая и Испании с целью построения теории развития имиджевых характеристик государств и их воспроизведения. Разработанная на его основе модель создания и восприятия имиджа стран в процессе потребления призвана способствовать планированию стратегий повышения конкурентоспособности российских товаров за рубежом на уровне индивидуального производителя, и в государственном и региональном масштабе. Автор следовал широкой традиции постмодернизма в проведении исследования. Представляемая модель была основана на трех научно-исследовательских измерениях, представляющих брэнд страны как (1) результат коллективного компромисса, (2) полученный потребителями в процессе культурного производства, и (3) оказывающий влияние на их поведение и само-концепцию в контексте потребления.

Профессор Майкл Портер недавно заявил об изменении в основной парадигме стратегии производителя: от конкуренции с целью «быть лучшим» к конкуренции с целью «быть уникальным». Стратегия — создание уникальной и стабильной конкурентоспособной позиции для компании на рынке. Имидж страны, как отражение исключительности ее культуры, обеспечивает хорошую базу для разработки уникальной стратегии продукта. Результаты исследования призваны показать ограниченность точки зрения о снижении релевантности имиджа государств в эпоху глобализации. Постиндустриальная действительность создает уникальные возможности для маркетологов. Даже когда место производства товара во многих отраслях не так важно, как раньше, потенциал для использования брэнда страны для развития имиджа товара прочнее, чем когда-либо. В большинстве случаев, брэнды государств, городов, регионов находятся в общественной собственности, и доступны для коммерческой эксплуатации практически бесплатно. Столетия культурного наследия и особенности эстетики, которые

бренд страны может предложить коммерческой марке, представляют собой эффективную и экономически выгодную альтернативу годам маркетинговых инвестиций.

Роль инвестиций в экономическом развитии КНР

Ся Дин

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: xia.dean@gmail.com

1 октября 1949 года в Пекине на площади Тяньаньмэнь было торжественно провозглашено создание Китайской Народной республики.

Новый Китай строился в отсталой, полукOLONиальной стране, ослабленной многолетней гражданской войной. Так, в начале 50-х годов промышленность давала немногим более 1/4 продукции народного хозяйства, а около 3/4 приходилось на долю сельского хозяйства. Чрезвычайно слабой была база тяжелой промышленности, машиностроение практически отсутствовало. Страна испытывала острую нехватку технических кадров и квалифицированных рабочих, капиталов для финансирования программы индустриализации.

В последнее десятилетие Китай превратился в страну с высоким и стабильным экономическим ростом, темпы которого являются одними из наивысших в мире (среднегодовой рост 9%). Народное хозяйство страны многоотраслевое и имеет разветвленную структуру первичных (добывающих), вторичных (обрабатывающих) и третичных (услуг) отраслей. В аграрном секторе путем массового распространения семейного подряда, других реформ, удалось обеспечить население основными продуктами питания. Китай имеет достаточно высокий научно-технический потенциал. Заметным в рыночной трансформации экономики страны является развертывание современных организационных форм привлечения иностранного опыта и инвестиций: свободные экономические, промышленные, экспортные зоны, районы, города; поощрение привлечения в страну инвестиций «хуацяо» (китайских эмигрантов); создание совместных предприятий. Вопрос о факторах роста экономического потенциала КНР имеет большое значение. До последнего времени развитие КНР отличалось экстенсивным характером. При этом можно выделить три главных фактора роста: увеличение численности занятых; кредитная экспансия правительства; крупные заимствования и иностранные инвестиции.

До сих пор экономика КНР развивалась предельно высокими темпами, но все чаще государство сталкивалось с ограничителями экстенсивного роста. КНР превратилась во всемирную перерабатывающую фабрику с преобладанием производств, связанных с выпуском массовых, трудоемких, относительно несложных видов продукции. Иностранный капитал активно использовал эти особенности и усилия КНР по развитию экспортного производства.

По мере повышения квалификации рабочих и служащих, внимания к качеству, а не количеству продукции, улучшения техники и технологии производства будет происходить переход к интенсивному типу развития. Все больше специалистов склоняется к тому, что этап высоких темпов экономического роста за счет экстенсивного, порой необоснованного ввода в оборот все новых финансовых, материальных и людских ресурсов закончился. Теперь состояние народного хозяйства определяет не динамизм темпов экономического роста, а совокупность факторов, объединенных общим понятием качества. Для обеспечения приемлемого качества роста надо переходить от перестройки отдельных элементов и сфер экономики к ее радикальному и комплексному реформированию. Важную роль в реализации этих планов может сыграть привлечение иностранного капитала. Со времени начала проведения экономических реформ (1979 г.) и

до конца 2004 г. Китай был одним из наиболее популярных государств для иностранных инвесторов. Всего за 1979–2004 гг. в экономику Китая было вложено свыше 1000 млрд. долл. США инвесторами из 111 стран.

В данной работе сделана попытка проанализировать основные направления экономических реформ, проводимых в КНР, которые превратили Китай в инвестиционно привлекательное государство, а также роль иностранных инвестиций в экономическом развитии КНР.

Слияния и поглощения в условиях монополизации производства

Таран Екатерина Александровна

студентка

Томский политехнический университет, Томск, Россия

E-mail: ektaran@yandex.ru

Непрерывное ужесточение условий конкурентной среды, особенно в эпоху глобализации, задает тенденцию к укрупнению капитала как способу завоевания и укрепления компаниями рыночных позиций. Одним из цивилизованных инструментов перераспределения собственности являются сделки на рынке корпоративного контроля - слияния и поглощения.

Очевидно, что отечественным компаниям не удастся избежать тенденции к укрупнению капитала, если они хотят быть конкурентно способными как на локальном, так и на международном уровне. Тем более развитию сделок слияний и поглощений в России благоприятствуют такие факторы как большая фрагментация различных индустрий, кроме природных ресурсов, низкая эффективность российских компаний.

Слияния и поглощения — это форма передела собственности, ее укрупнения и централизации, и как следствие последующей монополизации.

Эпоха капитализма в начале XIX век характеризовалась господством свободной конкуренции, т.е. производство товаров происходило среди множества разрозненных предприятий. Погоня собственников капитала за все большей прибылью и конкурентная борьба между ними повлекли а собой концентрацию и централизацию капитала и концентрацию производства, что к концу XIX в. привело к становлению капиталистической монополии. При этом основой получения сверхприбыли является захват крупнейшими собственниками не только отдельных или особо редких условий производства, а решающей массы всех средств производства.

На рубеже XIX и XX вв. капитализм претерпел качественные изменения, он превратился в монополистический капитализм, или империализм. Основной формой концентрации производства в эпоху капитализма являлось сосредоточение производства на крупных предприятиях-заводах. Концентрация производства в рамках предприятий-заводов явилась материальной основой возникновения монополий.

Научно-технический прогресс делает производственную структуру подвижной, позволяющей гибко реагировать на потребности рыночного спроса. Поэтому происходит совпадение двух процессов в сделках по слиянию и поглощению компаний: поиск оптимальных размеров предприятия (с точки зрения соответствия рыночному спросу) и передел собственности- укрупнения капитала.

Со второй половины XX в. монополизация — процесс обобществления капитала — приобретает иной характер, а именно происходит резкое изменение соотношения между материальным производством и непроизводственной сферы. Сокращение доли материального производства требует поиска оптимальных размеров предприятий.

Сегодня основными игроками на рынке слияний и поглощений являются крупные ТНК. Многие из них зарождаются путем слияния крупных монополий. Объединяясь и поглощая своих соседей, они концентрируют в своих руках экономическую власть,

становятся способными оказывать влияние не только на отдельные рынки, но и на деятельность отдельных государств. Необходимо отметить, что процесс укрупнения капитала не может привести экономику к 100-процентной монополизации, так как постоянно возникают новые отрасли производства, новые объекты конкуренции. Сплошная монополизация невозможна и потому, что монополии устремляются к наиболее прибыльным отраслям, тем самым, оставляя менее прибыльные отрасли для поля деятельности мелких и средних предприятий.

Литература

1. Савчук С.В. Анализ основных мотивов слияний и поглощений // Менеджмент в России и за рубежом, 2002, №5, С.45–67.
2. Стэнли Фостер Рид, Александра Рид Лажу Искусство слияний и поглощений. М., 2004.
3. Цаголов Н.А. Курс политической экономии. Т. 1. М., 1973.

Влияние способа вхождения иностранных предприятий на эффективность прямых иностранных инвестиций в России

Тихонова Валентина Георгиевна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: vtikhonova@yandex.ru

Способ вхождения на рынок во многом определяют эффективность прямых иностранных инвестиций (ПИИ). Существует два основных способа: с нуля, т.е. создание новых производственных мощностей, и через механизм слияний и поглощений (СиП). Эффекты от разных способов вхождения значительно различаются. Они неодинаково воздействуют на рост занятости и характеризуются различной степенью реинвестиционной активности. Соответственно существование тех или иных детерминант привлекает различные компании. И. П. Фаминский отмечает, что «цели привлечения иностранных инвестиций в различных формах и возможности их использования не одинаковы на отдельных уровнях хозяйствования» [1]. Наиболее явные различия между этими способами проявляются на начальных этапах. В дальнейшем различия между ними снижаются либо исчезают вовсе.

В последнее время доля СиП в общем объеме ПИИ стала снижаться: с приблизительно 80% от всей совокупности потоков ПИИ в 2001г. до 55% в 2002г [2]. Согласно данным исследования ЮНКТАД, проведенного среди агентств по привлечению инвестиций по всему миру, доля инвестиций с нуля будет возрастать. Более того, в результате переноса внимания, усилий и предпочтений агентств с СиП на инвестиции с нуля, использование такого способа увеличится. В исследованиях встречаются различные точки зрения на эффективность каждого из этих механизмов. ЮНКТАД отмечает важность инвестиций с нуля для развивающихся стран и стран с переходной экономикой [2]. Мозиас П. отмечает, что «с макроэкономической точки зрения СиП облегчают адаптацию национальных экономик к новой обстановке»[3]. При этом не происходит потеря уже существующих активов, которые, однако, используются неэффективно. Следует заметить, что данная характеристика СиП является особенно важной для переходных экономик.

Наличие производственных активов создает благоприятные условия для реализации этого механизма. В связи с проводимыми программами приватизации, а также продажами компаний, активы которых значительно недооценены, способ становится особенно привлекательным для реализации проектов на постсоветском пространстве. Рост сделок по СиПам за 1999-2002 гг. составил 200%. Большинство сделок было заключено между российскими партнерами, но в стоимостном выражении сделки с иностранными компаниями более крупные.

С точки зрения организационно-правовой формы способы вхождения включают в себя: с нуля – совместное предприятие (СП) и предприятие, полностью принадлежащее инвестору, СиП – СП, подразумевающее поглощение, увеличение капитала, приобретение доли, приобретение активов. В начале 90-х годов преобладающей формой были совместные предприятия.

Как считает Халявинская Е.Д. «для страны, находящейся в сложнейшем периоде экономического и политического развития, <...> наиболее жизнеспособными из всех форм вложений иностранного капитала могут быть именно совместные предприятия» [4]. Основная причина заключается в следующем: открытие экономики определило вполне естественный интерес к стране, но всевозможные риски и нестабильность на раннем этапе перехода предопределили выбор. Очевидно, что совместное предприятие значительно снижает риски и объемы необходимых вложений. Другой важной причиной является отсутствие до принятия закона в 1991 году возможностей создания предприятия другой правовой формы.

Отсутствие данных позволяет только предполагать о способах вхождения. Вероятнее всего, большая часть СП создавалась в результате СиПов. Это следует из наличия значительных рисков организации собственного производства на территории России. Из этого же следует объяснение того, почему 76% зарегистрированных предприятий являются фирмами малой и средней величины. Следует отметить, что появление и развитие малого предпринимательства представляет собой несомненно положительное явление, значение которого трудно переоценить.

Россия, в отличие от своих основных конкурентов из развивающихся стран, находится на распутье. С одной стороны, существующие в мировой экономике тенденции переноса предпочтений с СиПов на инвестиции с нуля демонстрируют большую эффективность последних для принимающей страны в силу своих характеристик, описанных выше.

Для России они также представляют большой интерес с позиций создания кластерных структур и развития высокотехнологичных отраслей. С другой стороны, очевидно, что необходимы инвестиции в уже существующие предприятия для их адаптации и обновления. Соответственно, наиболее разумным представляется отраслевой подход. Используя портфельный анализ отраслей, проведенный П. Фишером [5] на основе бостонской матрицы, возможно следующее распределение (табл. 1).

Таблица 1. Отраслевое распределение способов вхождения

«Звезды»	«Знаки вопроса»
<p><i>Отрасли:</i> автомобильная, аэрокосмическая, пищевая.</p> <p><i>Способ вхождения:</i> привлечение инвестиций с нуля, но с участием национальных производителей (СП), что будет соответствовать принципам экономической безопасности.</p>	<p><i>Отрасли:</i> компьютерные технологии, биотехнологии, медицинское оборудование, фармацевтика, полиграфическое оборудование, потребительские товары длительного пользования, экотехнологии.</p> <p><i>Способ вхождения:</i> инвестиции с нуля всех форм для повышения конкуренции и снижения зависимости от импорта.</p>
«Дойные коровы»	«Трудные дети»
<p><i>Отрасли:</i> добывающие отрасли, включая нефть и газ, а также химическая, металлургия, строительная промышленность.</p> <p><i>Способ вхождения:</i> создание СП на основе существующих предприятий, СиП.</p>	<p><i>Отрасли:</i> бытовая электроника, легкая промышленность, полиграфия.</p> <p><i>Способ вхождения:</i> использование всех способов. Данная группа требует больших субсидий и рассматривается по остаточному принципу. Тем не менее, в региональном разрезе они играют важную роль. Яркий пример – Ивановская область.</p>

Литература

1. Иностранные инвестиции в России: Современное состояние и перспективы. Под ред. И. П. Фаминского. М.: 1995. С. 22.
2. World Investment Report, 2003. FDI policies for development: national and international perspectives. UNCTAD, 2003.
3. Мозиас П. Прямые иностранные инвестиции: современные тенденции. // Мировая экономика и международные отношения, 2002, №1. С. 69.
4. Халявинская Е.Д. Предприятия с иностранным капиталом в России. М.: 1995. С. 70-71.
5. Фишер П. Как превратить Россию в привлекательный рынок для иностранных инвесторов.// Вопросы экономики, 2002, №2. С. 92.
6. Фишер П. Стратегия привлечения инвестиций в промышленность России.// Проблемы теории и практики управления, 2000, № 3. С. 65.

Стратегическое планирование международной деятельности вуза

Трапезников Иван Дмитриевич

студент

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского., Омск, Россия

E-mail: mekovan@front.ru

Стратегическое управление первоначально развивалось для военного дела. Во второй половине XX в. в связи с усложнением внешней среды, вызванного НТР, получила развитие теория стратегического управления для промышленных предприятий. В это время были разработаны её процедуры и инструментарий, в частности, было формализовано стратегическое планирование, которое состоит из стратегического анализа и планирования стратегии. [1, с. 130] Новые возможности, открытые НТР, делают актуальным развитие теории стратегического управления применительно к другим сферам деятельности. В связи со сдвигом в отраслевой структуре экономики развитых стран, появляется необходимость в адаптации стратегического управления к сфере услуг. [2, с. 51] В начале 80-х гг. XX в. в университетах развитых стран Запада начало активно применяться стратегическое планирование. Например, в Австралии на начальном этапе стратегическое планирование осуществлялось по обязательному требованию министерства образования. Однако сейчас сколько-нибудь крупный университет уже невозможно представить без стратегического плана. [5, р. 13] Стратегическое планирование деятельности университета должно основываться на инструментах, разработанных для промышленных предприятий. В то же время, необходима адаптация этих инструментов в соответствии с целями деятельности университетов. Цели университета можно разделить на три основные группы: научные, образовательные и коммерческие. Последние призваны играть вспомогательную роль, но в связи с хроническим дефицитом государственных средств коммерческие цели принимают всё большее значение. Если рассматривать университет как коммерческую организацию, то в качестве основного рынка следует рассматривать студентов. Возможно применение наступательных и оборонительных стратегий, стратегического позиционирования на рынке. Факультеты могут быть рассмотрены в портфельном анализе как стратегические бизнес-единицы университета (корпорации). Стратегическое развитие современного университета обязательно включает в себя международную компоненту. Интернационализация становится одной из общих, относящихся ко всему университету стратегических целей деятельности. Важность углубления интернационализации университетов обуславливается процессами глобализации, которые приводят к распространению единой политической, экономической, социальной и культурной модели общества. [6] Университеты развитых стран Запада, чья модель распространяется в качестве глобальной, становятся стратегическими экспортёрами глобальных знаний в другие страны, происходит взаимный обмен знаниями между

университетами развитых стран. С другой стороны, развивающиеся страны, становятся импортёрами знаний. Средняя группа стран воспринимает глобальное знание на основе имеющихся ценных локальных знаний, однако они могут и экспортировать имеющиеся локальные знания. [4, с. 85] Деятельность университета на международном рынке требует общих стратегических решений, поэтому помимо выделения общей стратегической цели интернационализации, целесообразна организация подразделения, подчиняющегося непосредственно руководству университета, наделённого приоритетом полномочий в интернационализации. [3, с. 27] Например, Университет Мельбурна позиционирует себя на рынке Юго-Восточной Азии, осуществляя для этого стратегии наступления и формируя внутреннюю среду университета. [7, р. 13] Для российских университетов целесообразно подробно изучить опыт западных стран по применению стратегических планов в процессе интернационализации.

Литература

1. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. СПб.: Питер, 2002.
2. Чухломин В.Д. Актуальные вопросы международного маркетинга в сфере услуг // Маркетинг, №5 2003. С. 49 – 55.
3. Белый Е.М., Романова И.Б. Использование концепции стратегического менеджмента в управлении государственным вузом // Менеджмент в России и за рубежом, №3 2003.
4. Йен Ч.Ч. Поощрение локального знания и развитие человеческого потенциала в условиях глобализации образования // Менеджмент Дайджест, №4 2004. С. 80–101.
5. Anderson D., Johnson R., Milligan B. Strategic Planning in Australian Universities. Commonwealth of Australia: DETYA, 1999.
6. Sklair L. Sociology of the Global System. Ilshin Press, 2002.
7. The University of Melbourne Operational Plan 2004 (<http://www.unimelb.edu.au>).

Институциональный анализ роста фирмы

Тухбатов Расиль Рашилович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: rasilt@mail.ru

Что есть фирма и каковы пределы роста характеристик этого одного из важных институтов рыночной экономики?

Фирма – это не просто производственно-технологическая система, функционирующая в соответствии с существующей производственной функцией как форма выражения технологической зависимости между затратами факторов производства и максимально возможным выходом продукции. Фирма имеет транзакционную природу, показывающую, что рыночные сделки не являются бесплатными. Существуют транзакционные издержки, которые дают предпринимателю возможность выбора между рыночной транзакцией (издержки рыночного механизма) и транзакцией, защищенной контрактным соглашением фирмы.

Согласно Рональду Коузу, главной характеристикой фирмы является «вытеснение механизма цен» и распределение ресурсов не посредством цен, а директивно [2].

Фирмы позволяют организовать транзакции таким образом, что внутрифирменные транзакционные издержки меньше рыночных. Именно поэтому фирмы устойчивы. При нулевых рыночных транзакционных издержках фирма мгновенно бы распалась, при нулевых внутрифирменных транзакционных издержках — распространилась бы на весь рынок.

При прочих равных условиях фирма будет тем больше, чем меньше

- издержки организации и чем медленнее растут эти издержки с ростом числа организуемых транзакций,

- ошибок делает предприниматель и чем медленнее растет число ошибок с умножением организуемых транзакций;
- растет цена факторов производства с ростом размера фирм [3].

Возможно ли при уменьшении величины организационных издержек внутри фирмы увеличить размер фирмы?

Современные информационные технологии позволяют снизить стоимость внутрифирменной транзакции. При этом стоит отметить, что существующие технологии, эффективно используемые предпринимателем, позволяют достигнуть небывалых горизонтов операционной эффективности. Бизнес становится прозрачным, в любой момент времени менеджер владеет полной и актуальной информацией о происходящих бизнес-процессах, которые он контролирует, а измерители этих процессов, в том числе и операционной эффективности, точны и позволяют быстро и качественно реагировать на быстро меняющиеся рыночные условия.

Информационная система, охватывающая значительные объемы внутрифирменных транзакций, позволяет организовать четкие процедуры движения потоков информации внутри фирмы. При этом транзакционные издержки, вызванные оппортунистическим поведением сотрудников, значительно уменьшаются, так как информационно-аналитические инструменты позволяют без дополнительных затрат качественно измерить результаты деятельности любого экономического агента внутри фирмы и адекватно реагировать на подобного рода транзакционные издержки.

Последние достижения в области информационных технологий могут способствовать совершенствованию обмена информацией в организациях. Компьютерные технологии уже оказали огромное влияние на информацию, которую сотрудники в рамках предприятия передают и получают.

С четко заданным алгоритмом последовательности обменов внутри фирмы, информационная система выступает в роли системы координации деятельности людей.

К тому же, если ранее до эпохи электронного бизнеса, скорость и объемы информационных потоков ограничивались физическими характеристиками агентов, осуществляющих информационный обмен внутри организации, и физическими параметрами материальных носителей информации, то при наличии эффективной информационной системы предприятия обмен информацией регистрируется мгновенно, а так же существует возможность хранить огромные объемы информации исторического характера, что позволяет черпать новые знания на основе прошлого с длительным периодом времени.

Информационные технологии, особенно на базе Интернет-технологий, могут активно использоваться как средство поддержки обучения. Активно можно развивать новые формы обучения, особенно, дистанционного обучения. В сочетании с идеей непрерывного обучения, как элемента корпоративной культуры, предприниматель может получить мощнейшие механизмы институциональных преобразований. В результате инвестирования средств в знания и умения и соответственно по мере обучения происходит изменение восприятия экономическими агентами внутренней и внешней среды организации. Управляя процессом такого обучения без значительных объемов инвестирования, предприниматель получает эффективный инструмент, базис для институциональных изменений внутри фирмы, то есть таких изменений которые выражаются в появлении новых правил с соответствующими механизмами обеспечения их соблюдения, а так же изменения структуры транзакций в рамках существующего набора правил (процедур) для участников транзакций.

Таким образом, управляя уровнем внутрифирменных транзакционных издержек и институциональными изменениями на основе современных достижений в области информационных технологий, предприниматель имеет возможность повысить уровень роста фирмы, так как издержки растут медленнее роста объема транзакций, а число

ошибок уменьшается относительно увеличения трансакций. При этом человеческий капитал фирмы, выраженный в умении сотрудников, становится более эффективным.

Библиография

1. Шаститко А.Е. Неоинституциональная экономическая теория. М., 1999.
2. Ходжсон Джеффри. Экономическая теория и институты. М.: Дело, 2003.
3. Природа фирмы / Под ред. О.И. Уильямсон и С.Дж. Уинтер. М.: Дело, 2001.

Некоторые теории вывоза капитала и их современные аспекты

Тушканов Игорь Михайлович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: tushkanov.igor@mail.ru

I. Впервые вопросы движения капиталов между странами рассматривались еще английской классической школой в XIX в. [1, 12–19]. Так, ее представитель Дж.С. Милль, используя принцип сравнительных издержек Д. Рикардо доказал, что капитал движется между странами из-за разницы в норме прибыли, которая в наименее богатых странах имеет тенденцию к повышению. Дж. С. Милль пришел к выводу о том, что разница в норме прибыли должна быть значительной, что бы покрыть еще и риск инвестирования в чужой стране [2].

В. И. Ленин в своих работах рассматривал вывоз капитала, как один из признаков перехода от монополистического капитализма к империализму. По его мнению, вывоз капитала начал преобладать над типичным до того времени вывозом товаров в результате избытка в передовых странах «избытка капитала» и необходимости его более прибыльного помещения за границей в более отсталых странах.

Известный английский экономист Дж. М. Кейнс, опираясь на концепцию факторов производства Ж.-Б. Сэя, выдвинул теорию об альтернативности международной торговли и международного движения факторов производства, т. е. такого положения, когда при определенных условиях миграция производственных факторов, в том числе капитала, могла бы заменить международную торговлю.

Такая идея получила дальнейшее развитие в теориях маргиналистов К. Менгера, У. Джевонса, Е. Бем-Баверка, считавших в то время, что факторы производства в международных экономических отношениях более мобильны, чем внутри страны, и поэтому участие их в этих отношениях невелико.

Неоклассическую теорию движения капитала окончательно сформулировали в 30-40-е гг. XX в. шведские экономисты Э. Хекшер и Б. Олин, профессор экономики из США Р. Нурксе и датский экономист К. Иверсен. Так, Э. Хекшер, опираясь на теорию предельной полезности, в рамках своей концепции сформулировал тезис о тенденции к международному равновесию цен на факторы производства. Эта тенденция пробивает себе дорогу как через международную торговлю, так и через международное движение факторов производства, чья стоимость и количественное соотношение в разных странах неодинаковы. Б. Олин в своей теории международной торговли показал, что движение факторов производства объясняется разным спросом на них в разных странах: они движутся оттуда, где их предельная производительность низка, туда, где она высока. Для капитала предельная производительность определяется, прежде всего, процентной ставкой. Но при этом Олин указывал на дополнительные моменты, которые воздействуют на международное движение капитала: таможенные барьеры (мешают ввозу товаров и тем самым подталкивают зарубежных поставщиков на ввоз капитала для проникновения на рынок), стремление фирм к географической диверсификации капиталовложений, политические разногласия между странами, риск зарубежных инвестиций и их деление на этой основе на безопасные и рискованные.

Американский экономист Р. Нурксе создал различные модели международного движения капитала и пришел к выводу, что в стране с быстрорастущим экспортом товаров также быстро растет и спрос на капитал, и она его импортирует (и наоборот).

К. Иверсен сформулировал вывод о том, что перевод капитала из страны, где его предельная производительность низка, в страну с более высокой производительностью, означает более эффективную комбинацию факторов производства в обеих странах и увеличение их совокупного национального дохода. В послевоенные годы представители неокейнсианской теории — английский экономист Р. Харрод и американский ученый Е. Домар — как Дж. М. Кейнс исходили из того, что движение капиталов вообще возникает из неравновесия платежных балансов разных стран: вывоз капитала из страны осуществляется, когда экспорт товаров и услуг превышает их импорт, а при нарушении этого правила необходимо вмешательство государства. При этом Р. Харрод в своей модели «экономической динамики» подчеркивал, что чем ниже темпы экономического роста страны, богатой капиталом, тем сильнее тенденция к вывозу капитала из неё.

Е. Домар, рассматривая торговый баланс и занятость в стране, отмечал, что вывоз капитала зависит от того, как темпы роста доходов страны от ее зарубежных инвестиций соотносятся с темпами роста отечественных инвестиций, а на их базе с темпами роста ВВП. Если инвестиции в стране растут быстрее инвестиционных доходов от вывоза капитала, то торговый баланс активен; если отечественные инвестиции растут медленнее инвестиционных доходов, то торговый баланс пассивен.

II. Для современной мировой экономики характерно значительное ускорение движения (рост экспорта и импорта) капитала между странами, которое становится важным фактором, влияющим на экономики государств, вывозящих и принимающих капитал. Так, можно говорить, что вывоз российского капитала является необходимой составной частью участия нашей страны в глобальной экономике. С 1994 по 2000 г. прямые российские инвестиции за рубежом выросли в 11.4 раза [3, 46]. Сегодня Российские компании всех уровней энергично скупают активы по всему миру. Особым центром притяжения денег российских денег стали Европа и США. Приобретая европейские предприятия, русские компании получают доступ к новым рынкам, современным технологиям и дешевым финансам [4, 21].

Вывоз российского капитала может быть направлен на укрепление позиций российских компаний на зарубежных рынках. Такой вывоз капитала необходим для создания зарубежных производственных предприятий, для развертывания деятельности которых в других странах могут быть благоприятные условия, для приближения производства к потребителям, для преодоления внешнеторговых барьеров, особенно в развивающихся странах, для участия в капитале зарубежных компаний и для расширения сотрудничества с ними и т.д. Вывоз капитала в этих случаях будет способствовать транснационализации российского капитала [3, 89].

Одним из основных моментов в современных теориях международного движения капитала является то, что капитал вывозится не только с целью обеспечения ресурсами своих производств, но прежде всего ради получения дополнительной прибыли от использования имеющихся технологических, управленческих, информационных, инновационных преимуществ, которые могут реализовываться только в стране — реципиенте [5, 20]. Однако в настоящее время зачастую значительная часть вывозимого из России капитала направляется не на развитие или создание производственных торговых и других предприятий, а представляет собой «бегство капитала».

Ряд современных исследователей рассматривают движение капитала между государствами, исходя из теории глобального центра капитала (ГЦК) [6, 320]. В качестве ГЦК рассматривается регион с наибольшей инвестиционной привлекательностью. При этом преимущественное движение капитала происходит именно в сторону наилучшего инвестиционного климата и среды. Сегодня в современном мире хранителями

глобальных центров капитала во многом выступают США и Евросоюз. Сюда же можно отнести и Великобританию.

Формула успеха ГЦК включает контроль над секторами экономики с наивысшей инвестиционной привлекательностью, более высокой скоростью оборота капитала (финансы, торговля новыми товарами, нововведениями), контроль над наиболее развитыми и доходными рынками. При этом государство, в котором находится глобальный центр капитала пользуется значительными преимуществами перед другими. Капитал, двигаясь от менее развитых стран в страны с сильной экономикой, еще больше увеличивает могущество ГЦК. Такая ситуация наблюдается например в США, где несмотря на значительное превышение потребления над произведенной продукцией и гигантский внешнеторговый дефицит страны, власти и население не проявляют заметного беспокойства за дальнейшую судьбу экономики, поскольку стабильной ситуации способствует постоянный приток капитала от других стран, в большинстве случаев менее развитых и сильных.

Литература

1. Булатов А.С. Вывоз капитала: своя компания за рубежом. М., 1996.
2. Федеральный фонд учебных курсов по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам. Экономика. Раздел IV. (<http://ido.edu.ru/ffec/econ/ec13.html#13-2>).
3. Глобализация экономики и внешнеэкономические связи России / Под ред. д-ра экон. наук, проф. И.П.Фаминского. М.: Республика, 2004.
4. Фишер П. Привлечение прямых иностранных инвестиций в Россию: 5 шагов к успеху. М.: Флинта: Наука, 2004 г.
5. Цыганов В.В., Бородин В.А., Шишкин Г.Б. Интеллектуальное предприятие: механизмы овладения капиталом и властью. М.: Университетская книга, 2004.

Роль налогообложения в росте объема прямых иностранных инвестиций

Умерова Диляра Рустамовна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail:delara_umerova@rambler.ru

Большинство развивающихся стран и стран с переходной экономикой в качестве одного из возможных путей экономического роста видят привлечение прямых иностранных инвестиций в страну. Рост иностранных капиталовложений в экономику той или иной страны обусловлен рядом факторов, как-то государственная политика в области финансов, политический климат страны, адекватная правовая среда. На микроуровне инвестор, принимая решение о вложении средств, опирается на следующие критерии: состав акционеров и руководство компании, прозрачность компании, уровень контроля над потенциальными объектами инвестирования, наличие понятного бизнес-плана, хорошие перспективы роста.

Для того, чтобы инвестор пришел в страну и начал искать непосредственный объект для инвестирования, необходимо создание благоприятных условий на макроуровне. В рамках данного доклада внимание будет сконцентрировано на вопросе влияния налоговой политики в стране на уровень прямых иностранных инвестиций. Снижение налоговых ставок ведет к привлечению инвестиций в страну, в данном случае применим опыт Ирландии, страны, которая испытала значительный экономический рост и рост прямых инвестиций в экономику страны.

Снижение налоговых ставок в нашей стране происходит быстро, тем не менее, того экономического роста, которого достигла Ирландия, в нашей стране не наблюдается. Опыт регионов с льготным налогообложением прибыли привел к ряду громких судебных процессов, а также отмене самих льгот. В рамках России вопрос льготного

налогообложения в отдельных регионах на наш взгляд не исчерпал себя как инструмент эффективной региональной политики. При этом конечно необходимо учитывать корреляцию между уровнем прямых иностранных инвестиций и отдачу на вложения после налогообложения.

Критерием эффективности процесса снижения налоговых ставок выступает эластичность инвестиций по налогам. Для США эта величина составляет -0.6. То есть снижение налогов на один пункт ведет к росту инвестиций на 0.6 пункта. В России значение этого показателя в разных исследованиях отражается разной величиной, таким образом принятие политики в области уровня налогового бремени на прибыль должно опираться на расчет эластичности инвестиций по ставке налога. Основной целью налоговой реформы является построение открытой, ясной, понятной налоговой системы, отвечающей требованиям экономической действительности страны в целом и регионов в отдельности. Развитие налоговой реформы требует оценки уже имевших место изменений, а также анализ взаимовлияния происходящих процессов.

Особенности регионального рекламного рынка

Халиков Эльдар Рустамович

студент

Чебоксарский кооперативный институт Центросоюза РФ, Чебоксары, Россия

E-mail: Eldar85@mail.ru

Если ещё каких-то пять-десять лет назад региональный рекламный рынок представлял собой от силы 2–3 рекламных компаний, то сегодня данный рынок значительно разросся и приобретает свои специфические контуры со своими характерными особенностями.

Во-первых, значительно выросло число фирм, занимающихся предоставлением рекламных или близких к ним услуг (наружная реклама, полиграфические услуги, реклама в СМИ и т.д.). Это вызвано значительным ростом рекламных бюджетов региональных производственных, страховых и прочих компаний, коммерческих банков и т.д. Если до 1998 года рекламным бюджетом свыше 100 тысяч долларов могли похвастаться лишь немногие, то теперь это не самая показательная сумма.

Во-вторых, характерной особенностью рекламного рынка является то, что рекламные фирмы работают пока в узких сегментах. Иными словами они предоставляют, как правило, один тип рекламных услуг: либо размещение рекламы в учредившем рекламное агентство СМИ, либо наружная реклама, сувенирная продукция и т.д. Это является определенным недостатком, поскольку рекламодателям приходится при проведении рекламных кампаний обращаться в несколько десятков рекламных агентств, что существенно затрудняет общее медиа-планирование и координацию маркетинговых коммуникаций. В этом же русле лежит проблема так называемых территорий, когда компания ведёт деятельность в нескольких субъектах, где рынки монополизированы местными рекламщиками. Бедным рекламодателям приходится не только по каждому инструменту рекламы связываться с разными агентствами, но и в каждом регионе взаимодействовать с новыми партнерами по осуществлению продвижения своих товаров.

В-третьих, явно обозначилась тенденция вытеснения с некоторых сегментов рекламного распространения локальных компаний крупными игроками федерального или транснационального масштаба (это относится, прежде всего к высокотратным способам рекламы как телевидение, рекламные щиты и др.). Крупнейшие алкогольные, табачные компании, а также компании связи «разгоняют» в регионах рекламные тарифы до астрономических размеров даже на федеральном уровне.

В-четвертых, явно прослеживается стремление компаний работать с московскими рекламными агентствами, что зачастую обоснованно в связи с более широким сервисом

и качеством работ последних. Однако бывает и наоборот. Как правило, заказов добиваются лучшие менеджеры, а обслуживание региональных компаний поручают обычным, нередко посредственным специалистам, причем при довольно-таки значительных договорных суммах.

Таким образом, на сегодняшний день у предприятий реального сектора экономики существуют широкие возможности по выбору рекламных инструментов и рекламных партнеров, однако компании пока предлагают одну или несколько рекламных услуг, что существенно затрудняет взаимодействие с ними. В то же время становятся чрезвычайно востребованными услуги по комплексному маркетинговому обслуживанию, в том числе разработке и реализации мероприятий по продвижению товаров и услуг предприятий реального сектора экономики.

Абхазия в условиях процесса глобализации

Хашба Арсоу Гурамович

студент (бакалавриата) 5-го курса, ,

Абхазский государственный университет, Сухум, Абхазия

E-mail: khashba_ars@rambler.ru

В настоящее время продолжает действовать современный закон экономики: благосостояние и авторитет любой страны, рост ее экономических, а в некотором роде и социальных показателей зависит от степени вовлечения ее в процесс глобализации. Этот процесс, в свою очередь не создает объективных условий для роста той или иной страны, той или иной отрасли, а диктует права и скорее подчиняет себе, а не стимулирует. Глобализация, как производная неокapитализма определяет уровень развития всего капиталистического и некапиталистического мира. Не преследуя никаких морально-этических и культурных интересов, «цунами» глобализации ставит во взаимозависимость и взаимовлияние людей, предприятия, страны, регионы и части света, перед которым не имеют никакого эффекта никакие протекционистские, и антидемпинговые меры и законы.

Экономическая независимость, включающая в себя способность самостоятельно принимать решения, определять приоритеты развития страны, становится все более абстрактным понятием.

Способно ли человечество ограничивать ее развитие, лимитировать ее экспансию и степень зависимости стран? Какова роль стран «золотого миллиарда» в этом процессе, и смогут ли страны «третьего мира» извлечь больше пользы от этого процесса, чем вреда?

Не менее остро и актуально проблема извлечения пользы от процесса глобализации, стоит и в Абхазии, которая за последние 20 лет превратилась из региона показательного, всесоюзной здравницы, где уровень жизни был всегда выше, чем в целом по Союзу, в страну конфликтного региона. Де-факто независимая послевоенная республика, чья экономика только-только избавляется от пережитков «светлого» социалистического прошлого, вступает на рыночные рельсы, рельсы дикого капитализма и глобализации, где классические понимания рынка, конкуренции, и свободы принятия решений на мировом уровне, давно себя изжили.

Процесс глобализации это удар по национальной идентификации, национальному государству, государству маленькому и традиционному, так как известны негативные последствия глобализации: стирание границ, ослабление суверенитета (в экономической сфере). Это также удар по культурно-традиционному обществу, каким является народ Абхазии всю свою историю. Процесс адаптации в условиях глобализации усложняется еще такими факторами как: непризнанность Республики Абхазия, экономическая и информационная блокада, объявленная странами СНГ по умирению Грузии, а также колоссальным разрушительным эффектом войны 1992-93 годов оцененного в \$11,3 млрд., разрывом внутри- и внешне - хозяйственных связей и т.д.

Говоря о положительных сторонах глобализации, хочется сказать, что использовать эти положительные моменты сможет лишь та страна, экономика которой не только самодостаточна, устойчива и современна, но и может предложить мировому рынку свой конкурентоспособный, интеллектуальный и промышленный продукт.

Сегодня выход Республики Абхазия на внешние рынки происходит благодаря широкой известности ее курортов и достопримечательностей, выращиванием цитрусовых, чая, фруктов и т.д. В структуре экспорта большую роль играют и промышленные статьи, такие как, производство вина, продукция СФТИ (по заказу Минатом РФ и Министерство обороны РФ), угледобыча, лесозаготовка и электроэнергетика. Почти вся экспортная продукция ориентирована на российский рынок. Переориентация экономики Республики Абхазия из сырьевой в промышленную экономику происходит медленно, а отсутствие больших инвестиций, направленных на модернизацию парка машин и оборудования промышленного комплекса, а также политическая нестабильность, не позволяют республике реализовать свой немалый потенциал. В ускорении темпов экономического роста и вовлечения страны в мировой рынок огромную роль играют внешние инвестиции. В этой связи экономисты и руководство страны выделяют огромную роль российским инвесторам (к примеру, Мегафон-Москва), а также другим: Германия, Италия, страны Северного Кавказа, Турция и т.д. Привлечению иностранных инвестиций в страну способствует низкий уровень налогообложения (30-33%), потенциальный рынок сбыта, дешевая рабочая сила, мотив расширения производства и т.д.

Тот факт, что вышеперечисленные политические и экономические проблемы Республики Абхазия пока не способствуют вовлечения ее в процесс глобализации, можно расценивать и как положительное явление, так как, к еще нерешенным послевоенным проблемам добавилась бы проблемы адаптации к новой действительности, к действительности дикого капитализма где, как и везде судьба малых стран зависит от экономического, социального и военного прогресса «больших» соседей.

Теории потребительского поведения и теория индивидуального спроса

Ходова Алла Васильевна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: hodova@list.ru

Согласно неоклассической экономической теории, люди приобретают блага для удовлетворения своих потребностей. Зависимость уровня удовлетворения потребностей индивида от количества и ассортимента потребляемых им благ представляется функцией индивидуальной полезности. Множество возможных значений аргументов этой функции определяется существующей системой цен и бюджетом потребителя. Поведение потребителя на рынке благ определяется его стремлением к максимизации функции полезности при заданном бюджетном ограничении. Готовность индивида отдать некоторую часть своего бюджета за желаемое благо называют спросом на благо.

Для выявления факторов, влияющих на объем спроса индивида существуют две фундаментальные концепции потребительского спроса: кардиналистская и ординалистская. Из обеих концепций следует, что объем индивидуального спроса зависит от цены блага, цен других благ и бюджета индивида. Количественной мерой влияния этих факторов на объем спроса служат коэффициенты прямой эластичности, перекрестной эластичности и эластичности по доходу.

На основе наблюдений за потребительскими расходами индивида можно установить, является ли он потребителем, стремящимся к максимизации полезности. Если да, то для него можно вывести индивидуальную функцию полезности.

В результате сложения индивидуальных функций спроса всех потребителей некоторого блага образуется рыночный (отраслевой) спрос. При построении функции

рыночного спроса на основе совокупности индивидуальных функций необходимо учитывать возможность возникновения социальных эффектов, порождающих обратные связи между рыночным и индивидуальным спросами. Кроме того, к специфическим аргументам функции рыночного спроса на благо относятся число его потребителей и степень дифференциации индивидуальных доходов. Эластичность рыночного спроса больше эластичности любого из образующих его индивидуальных спросов

Инвестиции и экономический рост

Храмков Сергей Евгеньевич

студент

Марийский государственный технический университет, Йошкар-Ола, Россия

E-mail: zulaev@marstu.mari.ru

В послании Федеральному Собранию Президентом РФ В.В. Путиным поставлена задача удвоения ВВП в течение десятилетия. Основой роста ВВП являются инвестиции. По нашим расчетам, существует слабое воздействие инвестиций (I) на ВВП (Y), выражающееся следующими уравнениями $Y=10^{1.98}I^{0.51}$, $\Delta Y=62.24+0.4\Delta I$.

Функция российских инвестиций, выражающая взаимосвязь между инвестициями (I), ВВП (Y) и ставкой рефинансирования ЦБ РФ (i) $I=-98.29+0.17Y+0.69i$, свидетельствует о низком коэффициенте акселерации (0.17), низкой эластичности инвестиций к процентной ставке (0.69) и вероятном существовании инвестиционной ловушки. Инвестиционная ловушка возникла во время экономического спада при отсутствии экономически эффективных проектов и высокой процентной ставке. Ставка рефинансирования пока не является эффективным институтом экономической политики государства и не служит ориентиром для хозяйствующих субъектов. В прогнозах экономического развития больше учитывается динамика цен на нефть, чем ставка рефинансирования. Значительная часть инвестиций приходится на топливно-энергетический комплекс, а наукоемкие отрасли, развитие экспортно-ориентированных производств в обрабатывающей промышленности остаются вне поля их интересов [3].

Важной проблемой является окупаемость инвестиций. Мы рассчитали, каким был бы ВВП в 1996–2003 гг. при максимальном использовании инвестиций. Средний срок окупаемости инвестиций в российской экономике объективно отражает все кризисы экономики 90-х годов. Сроки службы основных фондов у большинства предприятий в 2–3 раза превышают установленные нормативы. Физический износ техники более чем у половины предприятий составляет 55–60%. Многие предприятия длительное время не осуществляют никаких инвестиций [1]. В результате воспроизводство подавляющей части ВВП происходит на устаревшей технической основе, что обуславливает низкую конкурентоспособность отечественной продукции. Построенные нами модели с распределенными лагами методами Алмон и Койка свидетельствуют об отсутствии долгосрочных инвестиций и об уменьшении влияния инвестиций на ВВП с каждым последующим периодом времени.

$$Y_t=572.94+3.59I_t+0.92I_{t-1}-0.29I_{t-2}-0.04I_{t-3}$$

$$Y_t=542.78+3.89I_t+3.89\cdot 0.1I_{t-1}+3.89\cdot 0.1^2I_{t-2}+3.89\cdot 0.1^3I_{t-3}$$

Краткосрочный мультипликатор колеблется в пределах 3.59 – 3.89, а долгосрочный 4.19– 4.32. Коэффициенты в уравнениях резко снижаются у каждой последующей переменной, что и говорит о быстром снижении влияния инвестиции на ВВП и экономику в целом.

Для инвестиций необходимы сбережения. Их в стране достаточно, но они плохо трансформируются в инвестиции. Почти треть сбережений уходит из страны. Это связано с неблагоприятным инвестиционным климатом. Сегодня этот климат характеризуется отсутствием стабильных правил игры, эффективной системы

правоприменения, высоким риском, неразвитостью рыночной инфраструктуры. Отсутствие радикальных сдвигов в улучшении инвестиционного климата не позволяет осуществлять межотраслевой перелив капитала в наукоемкие отрасли, сохраняет сырьевую направленность структуры экономики России [2]. Правительство РФ ставит задачу создания максимально благоприятных условий для деятельности институциональных инвесторов [4].

Основные инструменты инвестиционной политики определяются на федеральном уровне в соответствии с Конституцией РФ и федеральными законами. В свою очередь, органы власти субъектов федерации и местного самоуправления имеют определенные полномочия в этой сфере. Важное влияние на инвестиционный климат оказывает государственная политика в отношении капиталовложений, участие страны в системе международных договоров и традиции их соблюдения, стабильность и однозначность функций государственного управления, степень и методы вмешательства государства в экономическую деятельность, эффективность работы государственного аппарата, оперативность принятия решений, последовательность в проведении экономической политики. Все методы государственного воздействия на инвестиции можно подразделить на две группы: методы прямого и косвенного регулирования.

На макроуровне управление инвестиционной активности предполагает формирование институциональных условий трансформации сбережений в инвестиции, снижение трансакционных издержек, межотраслевое перераспределение потоков инвестиций. Исходя из теории межвременного выбора И.Фишера будущее благосостояние нации будет зависеть от прошлых и нынешних инвестиций, поэтому необходим их правильный выбор. На микроуровне управление инвестиционной активностью связано с трансформацией управленческих структур организаций, повышении качества менеджмента и формирования современной корпоративной культуры, разделения функций инвестора и управленца. В условиях финансовой стабилизации управление инвестиционной активностью является реальностью, способствующей увеличению производственного потенциала страны [5].

Литература

1. Аганбегян А.Г. Экономика, банки, инвестиции — настала пора действовать // Деньги и кредит, 2004, №12.
2. Государственное регулирование экономики / Под ред. проф. Т.Г. Морозовой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
3. Ершов М. Об актуальных экономических задачах // Вопросы экономики, 2004, №12.
4. Программа социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2003–2005 годы). Распоряжение Правительства Российской Федерации от 15 августа 2003 г. № 1163-р г. Москва.
5. Теория переходной экономики: Учебн. пособие / Под ред. И.П. Николаевой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

Метод разработки сценариев при прогнозировании товарных рынков

Цыденов Олег Дашинимаевич

аспирант

Государственный университет управления, Москва, Россия

E-mail: oleg_tsydenov@mail.ru

В результате институциональных реформ экономика России стала носить открытый характер, и в этом смысле система прогнозирования также претерпела изменения, потому что экономика в значительной степени зависима от состояния внешней среды, что существенно увеличивает число факторов, влияющих на процесс развития рынка и которые необходимо учитывать в процессе прогнозирования. В

сложившейся ситуации ни одного из традиционных качественных или количественных методов не достаточно для прогнозирования рыночной ситуации. Необходим более широкий подход к процессу прогнозирования, основанный на интеграции различных методов, причем выбор этих методов должен осуществляться строго индивидуально в соответствии с особенностями объекта прогнозирования и сложившейся ситуации. Для решения этой задачи в наибольшей степени подходит метод разработки сценариев развития, объединяющий в себе качественный и количественный подходы.

Метод разработки сценариев вначале использовался для выявления возможных результатов военных действий. Позже сценарное прогнозирование в мировой практике стали применять в экономической политике, а затем и в стратегическом корпоративном планировании. Написание сценариев — это метод, при котором устанавливается логическая последовательность событий с целью показать, как, исходя из существующих ситуаций, может развиваться будущее состояние объекта.

Сценарий является комплексом аргументированных предположений (выраженных в качественной и количественной формах) относительно будущих параметров экономической системы. В сценарии определяются основные факторы, которые должны быть приняты во внимание и указывается, каким образом эти факторы могут повлиять на предполагаемые события. Таким образом, задача сценарного прогноза — дать объективное, достоверное представление о том, что будет при тех или иных условиях.

Разработка сценариев является эффективным средством преодоления традиционного мышления, так как его подготовка заставляет учитывать детали и процессы, которые могли бы быть упущены при изолированном использовании частных методов прогнозирования.

Целью сценария является не предсказание будущего, а определение значимых факторов, детерминирующих ситуацию, в которой формируется в своем развитии исследуемый объект или система. Экономическая наука не занимается предсказаниями, она занимается только прогнозами, а это оценка последствий каких-либо действий в экономике или бизнесе, и не более того. Вопрос о том, будет ли произведено это действие или бездействие, не составляет предмета экономической науки (хотя и представляет для нее интерес), это относится, скорее, к сфере политологии. В этом смысле вопрос о том, что именно будет, что случится дальше, — это не предмет исследования для прогнозиста, с точки зрения науки прогнозирования этот вопрос сам по себе некорректный.

Методология сценарного прогнозирования в отечественной экономической науке была тщательно описана Г.С.Поспеловым при разработке программно-целевого метода планирования и управления. В.Леонтьев считал сценарное прогнозирование эффективным средством подготовки плановых решений, как на уровне предприятия, так и на уровне государства.

Сценарий есть одна из воссозданных ситуаций будущего на интервале времени. Если система не оказывает существенного влияния на среду или это влияние не учитывается, то сценарием будет называться одно из возможных состояний среды в будущем. Среда системы состоит из совокупности внешних систем, взаимодействующих с системой и между собой. При прогнозировании и построении сценариев рассматриваются различные варианты комбинаций поведения внешних систем, что приводит к различным вариантам сценариев.

На основе сценариев может быть осуществлено стратегическое планирование, обеспечивающее для системы желаемую ситуацию в будущем. При этом возможны два пути формирования курса действий:

- из всех альтернативных сценариев выбирается один максимально вероятный и в соответствии с ним формулируются цели и курс действий;
- для каждого альтернативного сценария определяется своя стратегическая цель со своей иерархией подцелей и задач (вариантное планирование).

Следует подчеркнуть, что при формировании сценарных прогнозов и стратегическом планировании помимо анализа и оценки сложившейся ситуации необходимо также исходить и из доктрины. Г.С.Поспелов определяет доктрину «как некоторую исходную установку, некую высшую цель, выражающую стремление к определенной идеальной ситуации с учетом ограничений (моральных, правовых и т.п.) на способы достижения цели» [2]. В случае составления прогноза внешнего рынка ограничениями могут быть правовые нормы внешней торговли.

При составлении сценария ставится общая задача – распознать обстановку, в которой разворачивается прогнозируемый процесс. В данной обстановке выделяются свойственные ей факторы, которые могут оказать определенное влияние на объект прогноза, с установлением связей, действующих между ними.

Сценарий будущего воссоздает качественную картину исследуемого объекта, где проводится как бы синтезирование объекта прогноза на фоне развития всей исследуемой системы связей. При этом под фоном понимается внешняя среда, то есть совокупность внешних по отношению к объекту связей, воздействующих на его развитие.

Изучение и анализ фона (внешней среды), на котором происходит развитие объекта, является важной задачей любого сценария. Однако одним из наиболее ответственных моментов разработки прогнозов является именно анализ самого объекта прогнозирования [2]. При анализе товарного рынка, как объекта прогнозирования можно выделить следующие этапы:

- выявление роли и функций товарного рынка в экономике страны в целом;
- определение уровня прогнозного исследования (в пределах всей страны, либо региональный рынок); выделение основных факторов, определяющих будущее развитие товарного рынка.

Одним из наиболее эффективных методов для прогнозирования рынка, учитывая присущую ему неопределенность, является метод разработки сценариев развития, объединяющий в себе качественный и количественный подходы.

Литература

1. Проблемы программно-целевого планирования и управления. / Под ред. Г.С.Поспелова. М.: Наука. Главная редакция физико-математической литературы, 1981. С. 54.
2. Пивоваров С.Э. Методология комплексного прогнозирования развития отрасли / Под ред. Н.Н.Ухова. Л.: Наука Ленинградское отделение, 1984. С. 14.

Институционализм и денежный порядок

Чаплыгин Владимир Германович

молодой ученый

Балтийский институт экономики и финансов, Калининград, Россия

E-mail: chaplyginv@mail.ru

По мнению многих экономистов, глубокие изменения последних десятилетий в бывших социалистических странах должны были дать импульс развитию теории денег или, по крайней мере, поставить новые вопросы о роли денег в экономической системе. Однако произошло нечто иное – и изменения в Восточной Европе, и то, что предлагалось в качестве практических действий по осуществлению реформ, сводилось (и по-прежнему сводится) к механистическому применению теории денег мэйнстрима – количественной теории и нейтральности денег. В то же время, ни ортодоксальная парадигма дискреционной монетарной политики, ни количественная теория не могут представить удовлетворительные объяснения многим происходящим событиям (кроме некоторых тривиальных и, зачастую, неверных утверждений). В холистической теории каналы, посредством которых деньги воздействуют на экономическую деятельность, являются агрегированными, ограниченными и чрезвычайно упрощенными [1].

По нашему мнению, одной из причин недостаточно высокого качества теории денег в трансформационных экономиках является исключение австрийской экономической школы и её методологии из состава конкурирующих теорий денег (именно австрийское направление акцентирует внимание на микроэкономических эффектах денег – уровне спроса на деньги со стороны домохозяйств; динамике относительных цен, выступающих в качестве информационных сигналов; влиянии фактора времени и неопределенности на события в денежной сфере; взаимосвязи между деньгами и правами собственности, предпринимательством и т.д.). Чтобы выйти из этой «тупиковой» ситуации, мы должны расширить микроэкономический анализ воздействия денег на различных экономических агентов («эффект Кантильона») и выявить взаимосвязь между «эффектом Кантильона» и идеями Д. Норта об институциональных изменениях.

Необходимо принимать во внимание то, что экономические агенты обладают различными характеристиками (склонностью к риску, различными предпочтениями, запасами ресурсов, рычагами власти и т.д.). Это разнообразие позволяет выбрать различные денежные стратегии их поведения. Логично предположить, что более склонные к риску агенты будут стремиться использовать короткие и краткосрочные цепи. Особенно важна для поведения и стратегий индивидов полнота знаний и ожиданий о покупательной способности денег, а также положение индивидов и других агентов на денежном пути. Ожидания, в свою очередь, находятся в функциональной зависимости от доступной для экономических агентов информации.

Следуя логике проводимых рассуждений, институциональное изменение монетарного режима можно определить как результат борьбы экономических агентов и групп за перераспределение покупательной способности денег. Институциональные изменения можно рассматривать как переход от одной конфигурации денежных путей и сетей к другой, что в большинстве случаев происходит после денежных кризисов (например, гиперинфляции, банковского кризиса). Можно предположить, что институциональные изменения являются последовательными циклическими изменениями покупательной способности — от длинных и долгосрочных путей к коротким и краткосрочным, и наоборот. Такое понимание институциональных изменений в свете микроэкономической теории денег дополняет взгляд Д. Норта [2] на институциональные изменения как следствие изменений относительных цен. Сочетание «эффекта Кантильона» (воздействие денег на относительные цены) с подходом Д. Норта (институциональные изменения как изменение сети относительных цен) помогает объяснить, каким образом движение денег может вызывать институциональные изменения.

Литература

1. Мишкин Ф. Экономическая теория денег, банковского дела и финансовых рынков. М.: Аспект Пресс, 1999.
2. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Начала, 1997.
3. Nenovsky N., Hristov K. and Mihaylov M. (2002) Comparing Institutional and Organizational Design of Currency Boards in Transition Countries, *Eastern European Economics*, 40, January-February, pp. 3-36.

Адаптация моделей экономического роста к странам с переходной экономикой

Черкасова Татьяна Павловна

молодой ученый

Северо-Кавказская академия государственной службы, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: TPCh@mail.ru

Экономический рост – проблема, требующая сегодня особого осмысления и анализа, поскольку каждая страна стремится обеспечить себе восходящее экономическое

развитие, способное стать источником решения многих социально-экономических и политических проблем. Существует огромное количество моделей экономического роста, в которых в качестве наиболее существенных выделяются разные факторы.

«Экономический рост зависит, главным образом, от накопления капитала и технического прогресса». С этим тезисом, согласится, наверное, любой исследователь роста, к какой бы школе макроэкономического анализа он ни относился. Сами процессы накопления капитала и технического прогресса определяются в очень значительной мере решениями хозяйствующих субъектов. Мы не можем глубоко понять процессы роста, если не поймем факторов, управляющих поведением людей. Как нам представляется, данное соображение почти полностью игнорируется в моделях роста ушедшего века, по крайней мере, в их магистральных (сперва традиционно-кейнсианских, а затем неоклассических) «воплощениях».

В этой связи в модели экономического роста следует включать и другие фактор не имеющие исключительно макроэкономическую природу. В частности для стран с переходной экономикой важно учитывать такой институциональный фактор, как «близорукость» инвестора, который позволяет объяснить отрицательный рост. Данная концепция предполагает, что инвестиции зависят не только от роста совокупного спроса, но и от ожиданий инвесторов и общей экономической стабильности. Так в условиях системной трансформации предполагается, что «близорукость» инвесторов (стремление инвестировать в краткосрочные, как правило, спекулятивные проекты) определяется такими факторами как формальные институты (прежде всего, отсутствие эффективной системы контрактов в обществе, позволяющей снизить степень неопределенности и боязнь инвестировать в долгосрочные проекты) и неформальные (склонность к оппортунистическому и «стадному» поведению).

Отрицательный рост в постсоциалистических странах, вызванный началом глубинных трансформационных процессов может быть описан путем включения в модель Паллэя институциональных предпосылок. Аналитически эта модель может быть представлена следующим образом (первые три уравнения взяты из модели Паллэя [2]):

1. $k_t^* = I_t - (d + n + a_t)k_t$ (зависимость капитала)
2. $g_{y_t} = n + a_t + s_k k_t^* / k_t$ (рост выпуска)
3. $a_t = a(k_t, I_t)$; $a'(k) > 0$, $a'(I) > 0$ (функция технического прогресса),

где индекс t показывает временной период, I - валовые инвестиции, k - соотношение капитал-труд, k^* - вклад соотношения капитал-труд в рост, d - норма амортизации, n - коэффициент роста населения, a - коэффициент, характеризующий технологические изменения, g_y - коэффициент роста агрегированного выпуска, s_k - доля вклада капитала в выпуск.

Далее функция инвестиций может быть специфицирована следующим образом [1]:

4. $I_t = I(M_t - S_m M_t)$, $I' > 0$; $0 \leq S_m \leq 1$, где M - предложение денег, S_m — доля предложения денег, которая сосредоточена в руках экономических субъектов, характеризующихся склонностью к инвестиционной «близорукости».

5. $M_t = L_m M_t + S_m M_t$; $0 \leq L_m \leq 1$ (распределение предложения денег), где L_m — доля предложения денег сосредоточенная в руках инвесторов склонных к долгосрочным инвестициям в основной капитал. При этом распределения предложения денег между этими двумя группами инвесторов не всегда равновесное. Величина S_m положительно зависит от такого неколичественного параметром как склонность экономических субъектов к оппортунистическому и «стадному» поведению. В свою

очередь величина S_m (которая имеет очень высокое значение для стран с переходной экономикой) оказывает негативное влияние на изменение реального ВВП.

Динамику доли «близоруких» инвесторов можно выразить следующим образом:

6. $S_{be}^* - S_{m0}F(HERD_t) + \eta ENF_t - \sigma g_{et} + \mu(P_{et} - P_t)$; $\eta, \sigma, \mu, F' > 0$, где $S_{m0} = S_m$ в некоторый начальный период, $HERD$ — параметр, определяющий склонность к «стадному» поведению, $F(HERD)$ — функция зависимости от этого параметра, ENF — параметр неэффективности контрактной системы, P — ожидание цен на непроизводительные активы, привлекательные для «близоруких» инвесторов, P_e — ожидание цен на остальные активы, η, σ, μ — коэффициенты. Данное выражение является ключевым в модели роста, описывающей отрицательную динамику ВВП в странах с переходной экономикой через факторы неразвитости институциональной среды.

Литература

1. Розмаинский И.В. Предпосылки человеческого поведения в моделях роста. Спб.2003.
2. Palley T.Y. Growth theory in a Keynesian model. Journal of Post Keynesian economics. 1996. № 19.

Оценка нормативной базы через призму теории групп специальных интересов

Чернобровкина Ирина Сергеевна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: sunrise04@inbox.ru

Россия претендует на признание статуса правового (демократического) государства. Основными чертами демократической формы государственности выступают: разделение власти на законодательную, исполнительную и судебную; верховенство конституции и закона и т.п.

Российская Федерация функционирует по прототипу гоббсовской модели, для которой характерно возложение на государство высоких полномочий.

В правовом государстве все действует только в рамках закона. В целом, государство призвано организовать обеспечение населения законами, нормативными актами и контроль за их выполнением. Законы, в рамках институциональной теории, являются «правилами игры» (институтами), а члены общества — «игроками».

Содержание нормативной базы – институциональной среды - определяет состояние (финансовое) хозяйствующих субъектов, возможности получения экономической прибыли и степень легализации действий экономических агентов.

Государство де-юре существует не для отдельных граждан, а для всего народа.

В обиход политической жизни современной России вошла практика влияния со стороны определенных групп на процесс принятия закона или внесения своих предложений в законодательный проект с целью закрепления собственных интересов в правовых актах. Такое поведение характерно для групп специальных интересов.

Если эндогенная функция государства является удовлетворение общественных потребностей, то с учетом групп узких интересов, возникает противоречие в понимании истинного назначения государства. Де-факто государство удовлетворяет интересы меньшинства, групп коллективного блага.

Группы специальных интересов в настоящее время из-за нестабильности российской экономики, дисгармонии институтов, асимметричности информации, деградации устоев (взятка стала общепризнанным способом получения дохода) получают больше ресурсов, чтобы диктовать свои правила и подчинять общество, государство своим императивам.

В России существует множество проблем, одна из них – экологическая. Темпы загрязнения окружающей среды с каждым годом увеличиваются.

Все сферы жизни общества взаимосвязаны. Решение экологической проблемы лежит в правовой, в экономической, в культурной, в социальной, в технологической секторах. По оценкам экспертов, г.Новочеркасск Ростовской области входит в число самых загрязненных регионов РФ. Главным источником причинения вреда его окружающей среде является ОАО «Новочеркасск ГРЭС». Валовой выброс загрязняющих веществ в атмосферу за 2003г. предприятием примерно составил 120 тыс. тонн.

На настоящий момент ОАО «Новочеркасск ГРЭС» не в состоянии производить электроэнергию в соответствии установленным уровням ПДК, т.к. испытывает недостаток в финансовых средствах.

Станция «Новочеркасск ГРЭС» непосредственно подчиняется РАО «ЕЭС России», которая задает курс развития электроэнергетики России, участвуя в лоббировании и апробировании законов. В конце 90-х г.г. XX века РАО выдвинула детерминанты своих перемен, которые нашли отражение в плане реструктуризации самого холдинга.

Преобразования РАО «ЕЭС России» коснулись иерархии властных структур, которые представляют интересы различных групп коллективного блага. Намечается смена и расстановка новых сил влияния. Поэтому вокруг РАО развернулись различные политические баталии. Сложившаяся ситуация тормозит реформирование холдинга и тем самым отодвигает момент разрешения экологических проблем.

Остается в итоге неизвестным, когда идеи реструктуризации РАО «ЕЭС России» в полной мере воплотятся в жизнь, следовательно, перспектива ОАО «Новочеркасск ГРЭС» остается туманной. Пока группы специальных интересов являются теми, от чьих действий напрямую зависит антропогенное положение мира, страны в целом, областей, районов, то и экология, охрана окружающей среды г. Новочеркаска и степень причинения вреда этой территории ОАО «Новочеркасск ГРЭС» полностью диктуется ими.

Литература

1. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Начала-Пресс, 1995.
2. Тамбовцев В.Л. Экономический анализ нормативных актов. М.: ТЕИС, 2001.

Мониторинг законодательных актов, касающихся ценообразования в металлургическом комплексе Украины

Чуркина Елизавета Сергеевна

аспирантка

Донецкий национальный университет, Донецк, Украина

E-mail: Bettti@yandex.ru

Металлургия является ключевой отраслью экономики Украины. На предприятиях горно-металлургического комплекса (ГМК) создаётся более одной четвертой (26,1%) ВВП страны. Ещё более весомым является вклад ГМК в обеспечение страны валютной выручкой. По результатам 2003 г. на долю ГМК приходилось 39,8% от всех экспортных валютных поступлений (при этом доля чёрных металлов в общем украинском экспорте составляет 33,9%). Учитывая значимость ГМК для Украины, развитие металлургии постоянно находится в поле пристального внимания не только правительства и науки, а и общественности, в том числе средств массовой информации, а все накопившиеся проблемы требуют, как правило, быстрого решения. Сегодня положение отрасли и входящих в её состав предприятий усугубляется в результате воздействия как внутренних факторов (нестабильности политической ситуации в стране, напряженность в отношениях сырьевиков и производителей металлопродукции, достигающая в последние дни своего пикового состояния), так и внешних (непредсказуемая

динамичность конъюнктуры мирового рынка). Всё это обусловило оживление законотворческой деятельности государственных чиновников, вылившаяся в принятие за период конца 2003–2004 г. целого ряда законодательных актов и законопроектов, касающихся регулирования деятельности предприятий ГМК, а также смежных отраслей.

При принятии руководством металлургических предприятий Украины управленческих решений в области ценообразования, необходимо руководствоваться следующими законами и законодательными актами:

- «Хозяйственный кодекс Украины»: Закон Украины от 16.01.2003 г. №436-IV;
- Закон Украины «О ценах и ценообразовании» от 3.12.1990 г. №507-XII;
- Положение про индикативные цены на товары при осуществлении субъектами внешнеэкономической деятельности Украины экспортно-импортных операций: утв. Указом Президента Украины №691 от 18.11.1994 г.;
- Положение про индикативные цены в сфере внешнеэкономической деятельности: Утв. Указом Президента Украины от 10.02.1996 г. №124-96;
- Постановление Верховной Рады Украины «О Концепции развития горно-металлургического комплекса Украины до 2010 г.» от 17.10.1995 г. №385/95;
- Указ Президента Украины «О применении международных правил «ИНКОТЕРМС» коммерческих терминов» от 04.10.1994 г.;
- Указ Президента Украины «О мерах усовершенствования конъюнктурно-ценовой политики в сфере внешнеэкономической деятельности» от 10.02.1996 г. №124/96.
- Распоряжение Кабинета Министров Украины «О создании Межведомственной комиссии по вопросам государственной ценовой политики в горно-металлургическом комплексе» от 31.03.2004 г. №204-р.

Сегодня приоритетами государственного влияния на рынок металлопродукции становится контроль над ценами и объёмами поставок сырья и готового проката. Динамика попыток государства стабилизировать ситуацию на металлургическом рынке страны, имеет следующий вид:

31 марта 2004 г. было ознаменовано принятием Распоряжения Кабинета Министров Украины «Об образовании Межведомственной комиссии по вопросам государственной ценовой политики в горно-металлургическом комплексе» от 31.03.2004 г. №204-р, которым данной Комиссии предоставлялось право временно до 1 сентября 2004 г. проводить декларирование изменений цен на горнорудную и металлургическую продукцию, реализуемую на внутреннем рынке.

Для выполнения данного распоряжения приказом Министерства экономики и по вопросам европейской интеграции Украины «О рабочей группе по вопросам ценообразования на продукцию горно-металлургического комплекса» от 9.04.2004 г. №132 была создана соответствующая рабочая группа по вопросам ценообразования на продукцию ГМК, в задачу членов которой входила подготовка аналитических материалов относительно декларирования изменения цен на горнорудную и металлургическую продукцию.

В декабре 2004 года были приняты следующие законодательные акты:

- Постановление Верховной Рады Украины «О мероприятиях по недопущению дальнейшего развития финансового кризиса и свертывания денежных расчетов между предприятиями и Государственным бюджетом Украины» от 3.12.2004 г. №2218-IV, которым накладывается мораторий на повышение цен на внутреннем рынке страны на товары промышленно-бытового производства (соответственно и на продукцию ГМК), зафиксировав их на уровне ноября 2004 г.;
- 11 декабря, в связи с истечением срока временного права правительства на проведение декларирования цен (до 1 сентября 2004г.) на фоне продолжающегося роста цен на руду – Кабинет министров Украины вновь ввел *временное*

декларирование изменения цен на продукцию ГМК, предусматривающее, что инициатор повышения цен должен обосновать его правительству.

Этот месяц был также ознаменован принятием законопроекта «О внесении изменений в Закон Украины «О ценах и ценообразовании». Согласно проекту Закона, Кабинет Министров с одобрения парламента «может установить мораторий на повышение цен на ресурсы, имеющие определяющее влияние на общий уровень и динамику цен». Вся выручка, полученная в результате нарушений условий моратория, подлежит изыманию в госбюджет Украины, а сами нарушители — обложению штрафами, вдвое превышающими размеры этой самой выручки. Примечательным при этом является тот факт, что проект закона не содержит никаких разъяснений, критериев определения того, какие именно ресурсы подпадают под категорию «стратегических», в то же время меры, применяемые к нарушителям весьма внушительны: «Весь доход, полученный субъектом хозяйствования в результате нарушения условий моратория, будет направлен в государственный бюджет. Одновременно взимается штраф в двукратном размере от необоснованно полученного дохода». Этот законопроект пока не принят. Кроме этого Министерство финансов Украины ввести ограничение торговой наценки на железорудное сырье на уровне 20% от цены производителя (ограничение наценки, скорее всего, не будет относиться к продукции Центрального и Северного ГОКов, поскольку последние реализуют её по прямым договорам) с целью контроля ценообразования на данном рынке. При этом следует подчеркнуть, что не все государственные чиновники согласны с позицией нормализации ситуации в ГМК при помощи принятия ряда законодательных новшеств. Так, например, глава комитета по вопросам промышленной политики рекомендует получить официальные заключения министерств экономики и промышленной политики, а также Антимонопольного комитета. С его точки зрения, именно эти ведомства сначала должны отреагировать на сложившуюся ситуацию с целью проверки её на факт присутствия на рынке ценового сговора. В данном случае решающее слово принадлежит антимонопольным органам, а уж затем, возможен переход на применение соответствующих инструментов воздействия на рынок. Однако, на сегодняшний день профильный комитет Верховной Рады фактически отклонил законопроект по мораторию цен, не дожидаясь заключений Министерств промышленной политики и экономики.

Интеллектуальная собственность в электронной коммерции

Щеголькова Лариса Сергеевна

студент

Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: cniiad@stgau.ru

Изменения в бизнесе, привнесенные Интернетом и связанными с ним технологиям, являются наиболее знаменательным событием со времен Промышленной Революции. «Пришествие» электронной коммерции неумолимо изменило облик глобальной мировой коммерции. Интернет-экономика уже здесь, и она продолжает развиваться с невероятной скоростью. Прогнозы различных компаний на 2005—2006 гг., несмотря на заметные расхождения, указывают на мощные темпы роста электронной коммерции (от 60% до 150% в год). Годовой объем продаж в сети к тому времени обещает достигнуть 1,5–7 триллионов долларов. Таким образом, доля электронного сектора в экономике может составить 5—10%.

В настоящее время сеть Интернет стала крупнейшим хранилищем информации и новым средством организации бизнес-процессов. Учитывая определенную специфику этой сети, возможности охраны объектов интеллектуальной собственности, находящихся в ней, представляют большие сложности. Несмотря на достаточно разработанную правовую базу в сфере охраны объектов интеллектуальной

собственности в традиционном понимании, существующие правовые нормы достаточно тяжело применять в вопросе охраны интеллектуальной собственности в сети Интернет.

Интеллектуальная собственность — это правовой термин, относящийся к промышленной собственности, а также авторскому и смежным правам. Промышленная собственность включает патенты, товарные знаки, промышленные образцы и наименования мест происхождения товара. К ней также относятся полезные модели, внешний вид изделия и проекты топологии или топографию интегральных схем, где существует такая защита, а также защита от недобросовестной конкуренции, включая защиту коммерческих тайн. На самом деле интеллектуальная собственность — тип собственности или актив, такой же ценный, как материальное или реальное имущество, пусть и не всегда материальный, например, знание. Вследствие возрастания роли технологии и творческой деятельности в современной экономике ценность активов интеллектуальной собственности относительно материальных активов увеличилась. Данный вид собственности состоит из новых идей, оригинального их выражения, отличительных наименований и внешнего вида, которые часто продают или лицензируют как самостоятельный объект права собственности, независимо от стоимости лежащего в основе продукта или услуги. Таким образом, с помощью патента или других лицензий интеллектуальная собственность переходит от одного правообладателя к другому.

Существует несколько причин, по которым она имеет значение для электронной коммерции, а электронная коммерция важна для этого вида собственности. Электронная коммерция чаще, чем другие системы бизнеса, имеет дело с продажей продуктов и услуг, основанных на интеллектуальной собственности и её лицензировании. Музыка, картины, фотографии, программное обеспечение, проекты, обучающие модули, системы и т. д. — всё это можно продавать посредством электронной коммерции, и в этом случае является главной составляющей цены сделки. Интеллектуальная собственность важна постольку, поскольку ценные товары, которые продаются в Интернете, должны быть защищены системами технологической защиты и законами об интеллектуальной собственности. В противном случае эти ценности могут украсть, незаконно продавать или копировать, что может подорвать бизнес.

Кроме того, интеллектуальная собственность вовлечена в сферу производственной деятельности предприятия электронной коммерции. Системы, обеспечивающие функционирование Интернета — программное обеспечение, сети, промышленный образцы, чипы, маршрутизаторы и коммутаторы, интерфейс пользователя и пр. — охраняются правами на интеллектуальную собственность. Товарные знаки важны для электронной коммерции, так как марка, признание и доброжелательность покупателей, существенные элементы интернет-бизнеса, защищены товарными знаками и законом о недобросовестной конкуренции. Предприятия электронной коммерции и связанный с Интернет бизнес основаны на лицензировании продуктов или патентов. Это объясняется тем, что создание продукта связано с таким множеством различных технологий, что компании часто привлекают внешние фирмы для разработки некоторых компонентов продукта или совместно используют технологии через лицензионные. Производство продуктов высоких технологий было бы невозможным, если бы каждой компании приходилось разрабатывать и производить все компоненты продукта самостоятельно. Экономика электронной коммерции держится на компаниях, работающих совместно, чтобы через лицензирование разделять возможности и риски бизнеса. Многие из этих компаний являются предприятиями малого и среднего бизнеса.

К сожалению, в России коммерческих фирм, эффективно функционирующих в глобальной Сети, немного по сравнению с громадным числом зарубежных фирм-конкурентов, развернувших свою деятельность на всем пространстве Интернет. И тому есть свои причины, имеющие глобальный, международный характер касательно правового регулирования Интернет, а также причины, в полной мере характеризующие

российские реалии, как то: структурный кризис российской экономики, полное отсутствие правовой базы, обозначающей присутствие Интернет на территории РФ как отдельную сферу правовых отношений.

Для устранения данных проблем необходима эффективно разработанная государственная программа по поддержке развития электронной коммерции в России и защите интеллектуальной собственности, с помощью эффективного «управления правами». Суть данного термина заключается в том, что автор или иной обладатель прав на то или иное авторское произведение может как ограничивать, так и разрешать безвозмездное использование того или иного объекта. Эффективное управление правами позволит защитить объекты авторского права в сети, а также и сохранить Интернет, как глобальную информационную сеть.

Учитывая транснациональный характер электронной коммерции, России необходимо учитывать и воспринимать все общие тенденции в развитии электронной коммерции, чтобы обеспечить унификацию общих принципов и правил охраны интеллектуальной собственности в сфере Интернет-отношений.

Основные проблемы и тенденции развития информационных технологий в экономике

Шукин Александр Владимирович

студент

Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: cniiad@stgau.ru

Современная экономика немыслима без информации. Тысячи предприятий, миллионы налогоплательщиков, триллионы рублей, биржевые котировки, реестры акционеров — все эти информационные потоки необходимо оценить, обработать, сделать необходимые выводы, принять правильное решение.

Современный специалист — экономист должен уметь принимать обоснованные решения. Для этого наряду с традиционными знаниями, такими как основы менеджмента, основы внешнеэкономической деятельности, банковское дело, административное управление, налогообложение он должен владеть информацией по построению информационных систем.

Сегодня обработка экономической информации стала самостоятельным научно-техническим направлением с большим разнообразием идей и методов. Отдельные компоненты процесса обработки данных достигли высокой степени организации и взаимосвязи, что позволяет объединить все средства обработки информации, на конкретном экономическом объекте понятием "экономическая информационная система" (ЭИС). Непременным условием повышения эффективности управленческого труда является оптимальная информационная технология, обладающая гибкостью, мобильностью и адаптивностью к внешним воздействиям.

Информационная технология предполагает умение грамотно работать с информацией и вычислительной техникой. Информационная технология — сочетание процедур, реализующих функции сбора, получения, накопления, хранения, обработки, анализа и передачи информации в организационной структуре с использованием средств вычислительной техники, или, иными словами, совокупность процессов циркуляции и переработки информации и описание этих процессов.

На выбор того или иного способа обработки данных в ЭИС влияет очень большое количество факторов, связанных как с самим объектом управления, так и управляющей системой. Количество возможных вариантов построения технологического процесса обработки данных оказывается довольно значительным. Поэтому с целью облегчения изучения и проектирования этих процессов целесообразно выделять некоторые классы процессов. При этом существенное влияние на классификацию оказывают возможные

режимы обработки данных в вычислительных системах (ВС). Целесообразно выделять режимы работы и режимы эксплуатации вычислительных систем.

Режимы эксплуатации во многом связаны с повышением эффективности работы пользователей. Режимы работы в основном определяют эффективность работы ВС.

Эффективность работы ВС часто характеризуется ее производительностью. Большое влияние на производительность оказывает возможность совмещения в системе работы устройств ввода-вывода и центрального процессора. Такую возможность обеспечивает использование в системе многопрограммного режима работы. Наличие нескольких процессоров также влияет на повышение производительности. Такой режим работы системы именуется многопроцессорным.

Для того, чтобы правильно понять, оценить, грамотно разработать и использовать информационные технологии в различных сферах жизни общества необходима их предварительная классификация.

Классификация информационных технологий зависит от критерия классификации. В качестве критерия может выступать показатель или совокупность признаков, влияющих на выбор той или иной информационной технологии. Примером такого критерия может служить пользовательский интерфейс (совокупность приемов взаимодействия с компьютером), реализующийся операционной системой.

Операционные системы осуществляют командный, WIMP, SILK интерфейс.

- Командный - предполагает выдачу на экран приглашения для ввода команды.
- WIMP - (Window-окно, Image-изображение, Menu-меню, Pointer-указатель).
- SILK - (Speech-речь, Image-изображение, Language-язык, Knowledge-знание). В данном интерфейсе при воспроизведении речевой команды происходит переход от одних поисковых изображений к другим, согласно семантическим связям.

Операционные системы подразделяются на однопрограммные, многопрограммные и многопользовательские.

- Однопрограммные — SKP, MS DOS и др. Они поддерживают пакетный и диалоговый режимы обработки информации.
- Многопрограммные — UNIX, DOS 7.0, OS/2, WINDOWS; позволяют совмещать диалоговую и пакетную технологии обработки информации.
- Многопользовательские — (сетевые операционные системы) — INTERNET, NOVELL, ORACLE, NETWARE и др. осуществляют удаленную обработку в сетях, а также диалоговую и пакетную технологии на рабочем месте.

Перечисленные формы информационных технологий широко используются в настоящее время в экономических информационных системах (ЭИС).

Нельзя ограничиться представленной выше схемой. Информационная технология включает в себя системы автоматизации проектирования (САПР), где в качестве объекта может быть отдельная задача или элемент экономической информационной системы (ЭИС), например, CASE — технология, утилита Designer пакета Clarion.

Неотъемлемой частью информационной технологии является электронная почта, представляющая собой набор программ, позволяющий хранить и пересылать сообщения между пользователями.

В настоящее время разработаны технологии гипертекста и мультимедиа для работы со звуком, видео, неподвижными картинками. Из всего выше сказанного можно сделать следующие выводы:

1. Информационные технологии в экономике развиваются на протяжении многих десятилетий и вероятнее всего, не достигнут своей апогеи в ближайшие десятилетия.
2. Наиглавнейшей проблемой была и остается защита информации от несанкционированного доступа и ее сохранности.

Особенности интеграционной политики Украины в современных условиях **Язова Наталия Викторовна**

студентка

Восточноукраинский национальный университет им. В. Даля, Луганск, Украина

E-mail: Natalia_new@mail.ru

Концепция внешней политики Украины, изложенная в Декларации о государственном суверенитете, закрепляет основные приоритеты интеграционного курса государства. Сегодня особенностью такой интеграционной политики является ее «многовекторность». Это, прежде всего, обусловлено, стремлением Украины развивать партнерские отношения как с западной стороной в лице Европейского Союза, Североатлантического Альянса, и, в первую очередь, обретение членства во Всемирной торговой организации, так и с восточным регионом, где основным стратегическим партнером выступает Россия. Становится все более очевидным, что без интеграции государства в мировую экономическую систему невозможно достичь высокого уровня благосостояния народа. Основной вопрос заключается в том, каким путем, и в каких направлениях должна осуществляться интеграционная политика Украины.

Особое внимание в настоящее время уделяется сотрудничеству Украины и НАТО. Растет количество двусторонних мероприятий и встреч в рамках программы «Партнерство ради мира». Однако членство в альянсе имеет противоречивый и политизированный характер и требует всестороннего анализа по отношению к национальным интересам всех государств, находящихся в оборонном пространстве.

Западный вектор интеграционных устремлений Украины в достаточной степени определяется особым геополитическим значением государства, а также объективным желанием стать членом высокоразвитого экономического пространства Европы. Этот факт находит свое официальное подтверждение в провозглашенном стратегическом курсе Украины на последовательное вступление страны в Евросоюз. В целом, интеграция республики в Европу сегодня находит активную поддержку и содействие со стороны Еврокомиссии. Однако очевидно, что реализация данного интеграционного вектора сталкивается с рядом трудностей, основные из которых связаны с решением вопросов участия Украины во Всемирной торговой организации.

Вследствие своего аутсайдерского положения по отношению к системе ГАТТ/ВТО Украина упускает широкие возможности эффективного сотрудничества со странами-участниками Всемирной торговой организации. Страна, входящая в ВТО, может реализовывать собственную торговую стратегию в рамках практически всего торгово-экономического пространства. Но, необходимо заметить, что для успешного членства в ВТО Украине следует быть должным образом подготовленной к новым условиям сотрудничества и не просто стать ее участником на предложенных условиях, а приходить к взаимовыгодному комплексу решений.

Можно предположить, что для оптимизации внешней политики в западном направлении следует использовать преимущества полиархичной модели, сложившейся в двусторонних отношениях стран Западной Европы. Сущность данной модели тесно связана с процессами децентрализации и регионализации, что определяет непрерывное сотрудничество Украины и ЕС, как на национальном уровне, так и на мезо- и микроуровне: прямые связи между регионами, интенсификация контактов между отдельными хозяйствующими субъектами, негосударственными организациями и структурами.

Украина распыляет свои интеллектуальные и материальные ресурсы, стремясь успеть во всех направлениях интеграции, проводя слишком широкую и неструктурированную внешнюю политику. Экстенсивный подход к двусторонним отношениям (когда количество визитов и договоренностей затеняет их практическую отдачу) необходимо заменить интенсивным подходом, который следует рассматривать в таких направлениях:

- разработка четкой национальной стратегии с объективными приоритетами и ожидаемыми результатами. Национальные ресурсы должны быть сконцентрированы на решении первоочередных задач;
- реальное обеспечение совместимости ценностей, норм и принципов внутренней политической и социально-экономической жизни в Украине с нормами еврообщества;
- и самое основное — это дальнейшее углубление сотрудничества с основным стратегическим партнером, которым для Украины сегодня является Россия. В данном случае, речь может идти об эффективном взаимодействии двух стран. Восточный вектор интеграционного курса Украины рассматривается не как альтернативный, а как взаимодополняющий. Расширение взаимодействия Украины и России за рамками Зоны свободной торговли сегодня будет еще более целесообразным и перспективным, если говорить о возможности формирования такой составляющей ЕЭП, как единое научно-технологическое пространство. Результат такой углубленной синергии может вывести оба государства в авангардные позиции и стать стимулом их рыночно-институционального продвижения на пути к вступлению в ЕС.

Таким образом, очевидно, что путь Украины в европейское пространство может пересекать интеграционный вектор восточного направления, который должен значительно ускорить продвижение Украины в сторону Объединенной Европы.

Литература

1. Указ Президента Украины от 14 сентября 2000 года №1072/2000 «Программа интеграции Украины в Европейский Союз».
2. Аналитический ежеквартальник: Сотрудничество ЕС и Украины №3 от 2003г.
3. Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. //Сб. научных трудов. Донецк, 2000.
4. Международные экономические отношения / Под. ред. Н.Н. Ливенцева. М., 2002.

Национальная стратегия экономического развития России:

проблемы и перспективы

Ярынцева Елена Викторовна

студентка

*Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.Шухова,
Белгород, Россия*

E-mail: eya@piset.net

Объективные нелинейные процессы, происходящие в настоящее время в российской экономике, таковы, что ведущие экономисты, политики, ученые, эксперты озадачены выработкой рациональной стратегии экономического развития, которая не только обеспечит ее эффективное функционирование и устойчивое развитие, но и позволит стабилизировать социально-экономическое положение в стране. Данная стратегия должна быть отражена в основополагающей парадигме системы регулирования экономики, точнее в подсистеме развития. В мировой практике эта подсистема в наиболее общем виде представляет собой законодательно оформленные процедуры индикативного планирования, выбор приоритетов национального социально-экономического развития, механизмы их реализации посредством целевых программ и т.д.

В российской системе регулирования экономики элементы подсистемы развития в большей мере остаются невостребованными. При выработке национальной стратегий экономического развития доминирует экстраполяционное краткосрочное прогнозирование. Однако данный подход распространения сложившихся тенденций на будущее видится нецелесообразным. Политика развития должна предполагать

определение помимо краткосрочных еще и экономических приоритетов на долгосрочную перспективу, сохранение и приумножение имеющегося потенциала страны.

Основой для выработки стратегии и управления развитием должно стать определение имеющихся возможностей. Для этого необходима их стоимостная оценка. Однако официальные заключения часто не отражают истинного положения ситуации и не совпадают с расчетами независимых экспертов. Так аудиторско-консалтинговая компания ФБК провела в 2004 году масштабное исследование [1], которое позволило взглянуть на экономику России под новым «нетрадиционным» углом зрения, оценивая страну не по накопленному богатству и затраченным ресурсам, а по ее экономическому потенциалу. Именно экономический потенциал обуславливает будущие доходы экономики. По расчетам ФБК, стоимость российской экономики, оцененная как совокупная стоимость всех отраслей, приведенная к началу 2003 г., составила 974,7 трлн. руб. (33,6 трлн. долл.). В расчетах ФБК использован агрегирующий метод, основное преимущество которого по сравнению с методом прямого дисконтирования потоков ВВП, заключается в том, что учитываются особенности и перспективы развития отдельных секторов экономики, что в свою очередь повышает достоверность подобного прогноза. Наибольшая доля в стоимости России приходится сейчас на промышленность (30,1%), торговлю и общественное питание (25,7%).

Выбор ориентиров должен быть взвешен, научно обоснован и учитывать современное положение экономики. Один из недавних приоритетов экономического развития – удвоение ВВП, как показывают исследования, не имеет под собой реальных оснований. По прогнозам в период с 2003 по 2007 г. суммарная ВДС будет расти со средними темпами около 7,3%, с 2008 по 2010 г. – около 6,9% и около 5,9% в 2011–2012 гг. При рассчитанных темпах роста суммарный объем ВДС российской экономики удвоится (по сравнению с 2002 г.) лишь к 2012–2013 гг. Таким образом, выполнение задачи удвоения ВВП к 2010 г. при существующей конъюнктуре и государственной политике выглядит достаточно проблематично. Вполне решаемой эта задача оказывается только за десять лет. Становится понятным, что выбор нерациональной стратегии или неэффективности государственного управления при реализации определенного варианта даже при значительных затратах не принесет желаемого результата.

По мнению автора, целесообразным будет сбалансировать вклад различных отраслей в ВВП, более продуктивно использовать имеющиеся активы. В настоящий момент существенно переоценивается такая отрасль как «Торговля», вклад которой в ВВП РФ сегодня в 2–2,5 раза выше, чем в развитых странах. В то же время крайне недооцененными являются социальные отрасли (здравоохранение, образование, культура), поэтому, несмотря на законодательную закреплённость за Россией понятия «социальное государство», реально таковой в настоящее время наша страна не является. Незначителен и вклад новых технологий в прирост ВВП. Хотя в развитых странах ключевая роль в обеспечении современного экономического роста принадлежит именно НТП, на долю которого приходится свыше 90% прироста ВВП.

Определение приоритетов экономического развития должно исходить из закономерностей и тенденций долгосрочного роста и сложившихся национальных конкурентных преимуществ, однако делать упор следует на наукоемкие отрасли. Рациональная национальная стратегия экономического развития призвана обеспечить не только устойчивый экономический рост, но и динамичную целостность экономической системы, от чего в конечном счете будет зависеть экономическая безопасность России.

Литература

1. Николаев И., Шульга И. Россия стоит квадриллион рублей // Политический журнал, 2004, № 23.

ПОДСЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ»

Применение вычислимых моделей общего равновесия
к моделированию местной экономики

Ахметов Артур Равильевич

студент

Стерлитамакская государственная педагогическая академия, Стерлитамак, Россия

E-mail: scien_aar@mail.ru

В последнее время во всем мире для оценки эффективности экономической политики государства применяется принципиально новый подход к моделированию экономических процессов, путем создания вычислимых моделей общего равновесия, известных в зарубежной литературе как Computable General Equilibrium models (CGE models). В широком понимании CGE моделирование берет свое начало с модели затрат–выпуска, разработанной В.В. Леонтьевым. Общая схема модели напоминает модель Эрроу–Дебре или, еще более обще, игру нескольких лиц в нормальной форме. Каждый игрок (экономический агент) осуществляет свою собственную стратегию.

CGE модели представляют целостную экономику как набор рынков, где происходит взаимосвязь различных экономических агентов. Обычно в CGE моделях выделяют 4 типа экономических агентов: потребители, производители, правительство и внешний мир. Математически деятельность агентов представляется через уравнения, которые описывают требования для каждого рынка получения дохода, ограничения бюджета и учет других равенств. Обычно такие уравнения учитывают тактику агентов: домашние хозяйства максимизируют полезность от приобретаемых ими товаров и услуг, и, производители максимизируют свою прибыль. Модель представляет собой систему нелинейных уравнений, решением которой является общее экономическое равновесие, как правило, сводящееся к уравниванию спроса и предложения на рынках товаров и услуг, рассматриваемых в модели. Равновесие достигается путем итеративного пересчета с помощью прикладных пакетов.

По мере разработки национальных моделей появилась возможность применения технологии разработки этих моделей к местной экономике, например к экономике города Стерлитамак. В работе изучаются различия между национальными и местными вычислимыми моделями, влияние этих различий на параметры модели. Внедрение моделей в практику государственного регулирования позволяет ответить на многие вопросы социально экономической политики местных властей.

CGE модели, зарекомендовавшие себя во всем мире, могут быть более эффективным инструментарием при оценке экономической политики государства, чем различные экономические прогнозы и экспертные оценки.

Аспекты моделирования транзитных потоков Российской Федерации в Эстонии

Бабиченко Екатерина Сергеевна

докторант

Тартуский университет, Таллиннский университет, Таллинн, Эстония

E-mail: opera@ut.ee

The transit flows of Russian Federation play a crucial role for the Estonian-Russian bilateral economic relations, being a subject of a subset of different political and economical factors. The world trends, concerning raw materials' prices, external demand for the Russian mineral products, conditions of the distribution channels, state regulating of the strategic

exports of Russia, the initiatives to substitute the imported services - all these factors play an important role for the transit relations development.

The object of a special interest is the possibility of estimation by econometric model of the determinants of the transit flow. In this context one essential problem for the determining the factors of influence is the lack of reliable statistical data, concerning export flows, as well as the long periods of storage. One approximation of the part of the transit could be observed by extracting the special imports' value from general imports' value, available from Statistical Office of Estonia. Eventually, this data represents only the part of the transit volumes. However, the goal of the author is not to create an exact specification of the equations, but determine the set of potential influencing factors in the broad sense. In this case four types of data can be used in the analysis: statistics of the supply side (production, investments, price indexes), prices of raw materials (determined on the world market), statistics of the demand side (national incomes of the potential consumer countries), the factors of the transit country (price index on services, transit channels' capacities). For such an analysis the data on the following statistical indicators was collected:

- real GDP of Russia, fixed investments of Russia, fixed investments in Estonia;
- separate indexes of real GDP-s of the main export markets of Russian Federation;

The set of countries was chosen geographically, in the direction of the Baltic Sea. For such an analysis two types of data were compared: the main export partners of Russia in the current period, as well as the data of transit directions through Estonia ("Transit by direction" tables, from "Estonia, Latvia, Lithuania, Foreign Trade"). The final list of the countries chosen included Germany (8.55% of exports), United States (6.85%), Great Britain (3,84%), Netherlands (3,78%), Switzerland (3,7%), Poland (3,616), Finland (3,09%), Sweden (1,4%) and France (1,92%) (calculations on the base of the data of IMF statistical database DOTS for the period 1995-2002).

- weighted index of export market income in the Baltic Sea direction (*Index 1*);
- index of the real growth of the total GDP of the European Union (*Index 2*);
- export price index on services (Estonia);
- average crude oil price index;
- natural gas price index of Russian Federation;
- real effective exchange rate of the ruble;
- ruble / kroon and ruble / dollar exchange rates;

The set of potential dummies was also taken into account in estimating the regressions. According to the statistical and non statistical factors, presented above, the following regression for approximated transit flows (the figure can't be considered as absolute due to deficiency of the system of calculation) for the period from the 1st quarter of 1995 to the 4th quarter of 2002 was estimated:

<i>Long run relationship</i>				
Variable	Coefficient	<i>Standard Error</i>	t-Statistic	Probability
Constant	-49.75824	6.256241	-7.953375	0.0000
Real GDP growth (index of Poland)	11.67936	1.357845	8.601394	0.0000
Ruble / zloty exchange rate	0.399521	0.199931	1.998293	0.0551
R ² = 0.94, adj. R ² = 0.93, S.E. of regression = 3.8. F-stat. = 220. Prob. (F-stat) = 0.000.				
<i>Short run relationship</i>				
Variable	Coefficient	Standard Error	t-Statistic	Probability
Error Correction Term	-0.297623	0.121120	-2.457266	0.0210
Oil price	0.811934	0.210197	3.862724	0.0007
Index 1 and dollar exchange rate d(ln ind1)+d(ln dol)	0.636027	0.208426	3.051568	0.0052
Dummy (statistical)	0.658442	0.299951	2.195165	0.0373
R ² = 0.68, adj. R ² = 0.64, S.E. of regression = 0.20. F-stat. = 18.32. Prob. (F-stat) = 0.000.				

As it can be seen from the equations presented above in the long run the transit flow (estimated in rubles) was cointegrated with the index of the real growth of Poland and ruble/zloty exchange rate, when the growth of the national income and depreciation of the ruble lead to increasing trade volumes. In the short run the lagged growth of the oil prices (in rubles), real growth on the export markets and depreciation of the ruble have a significant positive influence on the dynamics of the trade flow. With all the limitations of such an analysis, mentioned above, the coefficients of determination for the estimated regressions were relatively high, the determinants have logical signs and no statistical problems appeared in the regressions.

Модель мультипликатора скорости денежного обращения
Бакишов Бауыржан Бахытжанович

студент

Казахский экономический университет им. Т. Рыскулова, Алматы, Казахстан

E-mail: baurxxx@mail.ru

В данной работе затрагиваются некоторые моменты и тенденции развития банковской системы, которая в настоящее время является самым большим и реформированным сектором финансовой системы страны.

Главной целью модели мультипликатора скорости денежного обращения выступает решение дефицита наличных денег с помощью универсального векселя. Именно острая нехватка агрегата M_0 повлекла почти всю судьбоносную промышленность Республики Казахстан в пучину неплатежей, больших просроченных кредиторских задолженностей, накапливаемых из года в год путем активного применения бартера. Очевидно, что бартер на сегодня является альтернативой деньгам, которой все больше отдают предпочтение товаропроизводители региональных экономик Казахстана. А это, в свою очередь, доказывает, что обращение агрегата M_0 на фоне своего снижающегося уровня уступает свои позиции перед активизацией долларизации рынка Республики Казахстан и бартеризации хозяйственных процессов в областях.

Сказанное, одним словом, может поставить государство на вырождение, а, быть может и на исчезновение легитимной власти в регионах. Отсюда следует “точечно” уозреть первопричину дефицита республиканского бюджета из-за недопоступлений налогов с административно-территориальных единиц по причине расшатывания местной монетарной сферы экономики путем укрепления теневой части экономики, бартеризации, с одной стороны, и долларизации местного населения, с другой стороны.

Из всего вышеотмеченного, назревает острый вопрос о повышении муниципального менеджмента в областях Республики Казахстан, для чего и рекомендуется данная модель как некоторое финансовое ноу-хау.

Модель предусматривает определенные условия:

Условие №1: денежная масса состоит из наличных денег, а не из суррогатов денег как Центральный банк, иностранная валюта, бартер, взаимозачеты и т.д.

Условие №2: существование прибыли здесь подразумевается, но не учитывается и не представлено в виде величины о прибыли.

Условие №3: структура производства и образования доходов состоит как

$$1) \frac{\text{промежуточное потребление}}{\text{доход}} = \beta - 1 = 1 - \beta$$

Валовой выпуск = Промежуточное потребление + Валовая добавленная стоимость.

Следствия условия №3: 2) $\frac{\text{валовая добавленная стоимость}}{\text{доход}} = 1 - \beta$.

Согласно трем условиям требуется доказать, что скорость денежного обращения V в уравнении обмена, или в законе денежного обращения, равняется:

$V = \frac{1}{(\beta - \beta^2)} v$, где V и v – показатели одного и того же смысла, скорректированные на коэффициент-мультипликатор $\frac{1}{(\beta - \beta^2)}$, где $\beta \in (0; 1]$.

После математических преобразований, получим: $BBП = \left(\frac{M_3}{g} \right) * \frac{vx}{(\beta - \beta^2)}$.

Итак, это уравнение – последняя заключительная формула, которая исчерпывает возможности исследования методом априори. Чтобы проводить дальнейшие теоретические поиски, исследования, научная необходимость требует обращаться к эмпирическому методу, который предполагает пополнение экономических знаний из непосредственной практики. И здесь, в первую очередь для правдивости и правомерности всех формул следует обращаться к статистике экономических показателей. Глядя на динамику удельного веса промежуточного потребления за 1999-2001 гг., приведенные в работе вычисления говорят о потенциальном возможном применении их на практике.

Из проведенной работы вытекает заключение о первичности выпуска векселя и о вторичности денежной эмиссии. Так можно найти хоть какое-то компромиссное решение по поводу умеренно-безинфляционного роста денежной массы.

На сегодняшний день по степени обеспечения экономики деньгами переходные неразвивающиеся рынки намного отстают от развитого рынка Запада и Японии, а это очень актуально в процессе глобализации, так как на пути к XXI веку появляется большой риск оказаться на периферии мировой экономики на фоне прогрессивного ритма жизни стран «золотого миллиарда». Из сложившегося положения необходимо выходить. Вот и предлагается вашему вниманию подойти по-новому к тому старому, но фундаментальному закону денежного обращения в призме разложения модели мультипликатора скорости.

Устойчивое развитие и его эколого-экономическое моделирование

Ваганова Яха Якубовна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: yaYa@pop3.ru

Развитие человеческой цивилизации, основанное на нещадной эксплуатации природных ресурсов, привело человечество к грани, за которой экологическая катастрофа, чреватая гибелью всего населения Земли. В последнее время экологические проблемы в развитых индустриальных странах приняли такие масштабы, что возникла угроза нормальному процессу воспроизводства рабочей силы, снижается степень удовлетворения материальных потребностей отдельных членов общества, уменьшается заинтересованность производителей в результатах своей деятельности, усиливается социальная напряженность.

Все это заставило ученых задуматься над вопросом: как будет развиваться современное общество, если подобное взаимодействие экономики и природы сохранится и в будущем? Ответом на этот важный вопрос стал доклад "Римского Клуба" по перспективам эколого-экономического развития. В этом докладе была подчеркнута неизбежность долгосрочного спада производства, снижения уровня жизни, рождаемости и народонаселения. Стала очевидной необходимость разработки новой концепции взаимодействия экономики и окружающей среды.

Международная комиссия по окружающей среде и развитию во главе с Г.Х. Брундтланд была создана для разработки программ преодоления социально-

экологического кризиса и определения дальнейшей траектории развития нашей цивилизации. Перед комиссией была поставлена задача подготовки «глобальной программы изменений». Результатом явилась «Повестка дня на XXI век», принятая на Конференции по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро в 1992 году, объявляющая главной целью развития улучшение условий существования людей, достижение устойчивого развития.

Оно включает два ключевых понятия: потребности, в частности, потребности, необходимые для существования беднейших слоев населения, и ограничения, обусловленные состоянием технологий и организацией общества. Ограничения накладываются на способность окружающей среды удовлетворять нынешние и будущие потребности. Предполагается, не снижая основные индикаторы социально-экономического во всех странах, восстановить биосферу, сократить экономический разрыв между богатыми и бедными странами за счет достижения технологического прогресса и рационализации потребления. Понятие устойчивого развития помимо экологического аспекта включает в себя проблемы сокращения разрыва в уровнях экономического развития различных стран и благосостояния их населения, безопасность от преступности, терроризма и т.д.

Выделяют четыре направления перехода к устойчивому развитию:

- сохранение естественных экосистем;
- стабилизация численности населения мира;
- экологизация производства;
- рационализация потребления.

Международная комиссия использовала в качестве теоретической основы работы Солоу, Нордхауза, Дасгупты, Хела и других авторов, предполагающих теоретическую возможность замещения невозпроизводимых природных ресурсов. При этом по отношению к вопросу о практической возможности подобного замещения можно условно разделить экономистов-экологов на два лагеря — сторонников «строгой» и «слабой» устойчивости. Экономисты, придерживающиеся концепции «строгой» устойчивости эколого-экономического развития определяют устойчивое развитие, как развитие, максимизирующее чистые выгоды от экономической деятельности без уменьшения активов природного капитала. Представители теории «слабой» устойчивости исходят из того, что природа и различные формы производственного капитала являются взаимозаменяемыми, это позволяет использовать в исследованиях экономико-математический аппарат.

Модель Брока одна из первых моделей, которая легла в основу многих работ по математическому моделированию взаимного влияния экономической системы и природной среды. Наносимый природе ущерб интерпретируется как дополнительный фактор производства наряду с трудом и капиталом. Тавонен и Куулувайнен обобщили исходные предпосылки модели Брока и вывели условия существования равновесия, при этом состояние капитала как фактора производства зависит от уровня загрязнения окружающей среды. Вогт расширил модель, включив в нее дополнительный сектор, связанный с перемещением отходов между странами естественным путем и посредством мирового товарообмена. Люптчек и Шуберт включили функцию очистки в эколого-экономический анализ. Сиберт рассмотрел гипотезу, в соответствии с которой природная среда способна в каждый отдельный момент времени ассимилировать только определенный объем отходов. Малер создал модель, в которой учитывает производственную потребность не только в капитале, но и в невозпроизводимых природных ресурсах. Совокупные проблемы окружающей среды и ресурсопотребления представлены в работах Штрёбеля и Опшора. Килер, Спенс и Зекхауэр создали модель, в которой объем загрязнения прямо пропорционален объему продукта производства и естественная убыль отходов в каждый момент времени составляет постоянную долю от их общего количества.

Первая модель межотраслевого баланса с учетом экологической составляющей была разработана под руководством Леонтьева в 70-х годах. Позже по усложненной модели такого типа в США исследовали взаимное влияние экономических и демографических факторов, управляющих загрязнением окружающей среды.

Японские ученые Цунуи и Муракани создали оптимизационную межотраслевую динамическую модель с управлениями – уровнями подавления загрязнений. Она имитировала альтернативные сценарии эколого-экономического развития в зависимости от доли затрат, выделяемых на средозащитные цели.

В СССР также проводились работы по эколого-экономическому моделированию. Ученые А.Б. Горстко, К.Г. Гофман, В.И. Гурман, А.А. Гусев, О.П. Бурматова, Е.В. Рюмина, Г.В. Шалабина и другие создали значительное число таких моделей.

В настоящее время исследователи включают в эколого-экономические модели социальный блок и блок инноваций. Это связано с повышением роли нематериальных факторов и целей экономического развития.

Литература

1. Алексеев М.А. Методологические аспекты эколого-экономического обоснования принятия хозяйственных решений // Экономическое регулирование природопользования. – Новосибирск: ИЭ и ОПП СО РАН, 1992.
2. Данилов-Данильян В.И., Лосев К.С. Экологический вызов и устойчивое развитие. М.: Прогресс-Традиция, 2000.
2. Львовская Н.Б., Ронкин Г.С. Окружающая среда, регион и рынок. М.: Наука, 1993.
3. Математическая экономика: Равновесные модели, оптимальное планирование и управление./Сборник переводов. Под ред. Б.С. Митягина. М.: Мир, 1974.
4. Моделирование социо-эколого-экономической системы региона / Под ред. В.И. Гурмана, Е.В. Рюминой. М.: Наука, 2001.
5. Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию. М.1989.

Анализ конкурентных сред медиаэфира по рейтинговым показателям

Васинский В. Л.

студент

Томский политехнический университет, Томск, Россия

Настоящая работа посвящена исследованию конкурентной среды коммерческих организаций на примере множества телевизионных каналов, которые находятся в непрерывной борьбе за рейтинг, т.е. за поддержание собственной аудитории. Пусть по сгруппированным данным о рейтинге необходимо узнать, каким образом идет перемещение аудитории между каналами. Модель дает возможность численно оценить степень конкурентной борьбы между конкретными каналами.

Постановка задачи. Пусть требуется найти канал X_i из множества эфирных каналов Ω , наиболее близкий каналу X_j по составу аудитории. Таким образом, для любой пары каналов $X_i \in \Omega, X_j \in \Omega, i \neq j$ требуется задать функционал связи аудиторий $\Phi(X_i, X_j)$. Для решения поставленной задачи возникла необходимость введение ряда собственных определений и гипотез о функционировании рынка медиауслуг. Принятые гипотезы:

Воздействия на систему внешних факторов стационарны, т.е. в данном периоде времени принимаются постоянными; 2) Выбор телезрителей не является случайным процессом; 3) Распределение предпочтений просмотра ТВ во времени однородно по категориям и одинаково во времени; 4) Закон большинства: предпочтения большинства однородны – потоки *средних телезрителей* однонаправлены; 5) (О матрице

перемещений) Временное пространство для среднего телезрителя можно разбить конечное число непересекающихся подпространств.

Аудитория встает перед выбором одного из каналов в каждый определенный момент времени. В этом случае каналы имеют одну потенциальную аудиторию, которая отдает предпочтения в каждом случае только одному из каналов, формируя тем самым конкурентную среду. Такую формализацию связи будем называть связь частоты конфликтов. Аудитория находится в состоянии постоянных перемещений между данными каналами. И чем больше размер аудитории, отнесенной к выделенной базовой аудитории, тем больше по абсолютной величине связь между каналами. Такую формализацию связи будем называть связь глубины конфликтов. Расчетные формулы были выведены самостоятельно на основе модификации корреляционного анализа и исходя из экономических соображений. Был проведен эмпирический анализ формул и согласование гипотез со специалистами в области медиапланирования.

Связь частоты конфликтов $\Phi(q_i, q_j) = \eta(-\tilde{r}) \cdot |\tilde{r}(q_i, q_j)| + \eta(\tilde{r}) \cdot \alpha_0$, где $\tilde{r} = \frac{\text{cov}(X, Y)}{\max[D_X, D_Y]}$ - скорректированная корреляция, $\alpha_0 > 0$ – величина скрытой связи.

Связь глубины конфликтов $\Psi(R_i, R_j) = \frac{\|\tau(\tilde{\chi})\|}{Q_i + Q_j}$, $\|\tau(\tilde{\chi})\|$ - нормированная матрица перемещений телезрителя, Q_i – совокупная доля i -го канала.

В качестве входных параметров модели используются динамические ряды рейтингов телеканалов $R_1(t), R_2(t), \dots, R_n(t)$. Выходными параметрами являются два заявленных выше вида связи $\{\Phi_{i,j}\}$ и $\{\Psi_{i,j}\}$, а именно матрицы конфликта. Например, элемент $\Phi_{1,2}$ показывает, как часто канал 1 вступает в конкурентную борьбу за аудиторию с каналом 2. Область значений функционалов $D[\Phi] \equiv D[\Psi] = [0,1]$. Чем выше дискретизация временного пространства, тем точнее результаты расчета по модели.

На рынке с большим количеством конкурирующих фирм, регулярно отслеживающих изменение дохода, количества покупателей и другие показатели во времени, данная модель позволяет провести анализ конкурентной среды и выявить конфликтные связи основные тенденции изменения ситуации на рынке. Особый интерес представляет использование подобных моделей в практике менеджмента на телевизионных каналах. Новая и полезная интерпретация стандартных данных позволяет адекватно оценить конкурентную среду во множестве каналов и усмотреть основные направления потоков движения телезрителей на этом множестве. Для отдельного канала подобная информация дает возможность оценить оптимальность составления программ ТВ, а в перспективе более осознано контролировать свою аудиторию.

Моделирование временных рядов на примере значений индекса РТС

Герасимова Оксана Владиславовна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: oksanchik_ger@mail.ru

Данная работа посвящена моделированию временных рядов. По данным значений индекса РТС за период с 1 января 1999г. по 9 декабря 2004г. я построю несколько эконометрических моделей и определю лучшую из них.

Построение модели временных рядов предполагает следующую последовательность действий:

1. Проверка ряда на стационарность. Выделение и удаление неслучайных составляющих временного ряда (тренда и сезонности);
2. Построение эконометрической модели стационарного временного ряда;
3. Проверка адекватности построенной модели.

Присутствие нестационарности легко определить «на глаз». Достаточно просто взглянуть на графическое представление временного ряда.

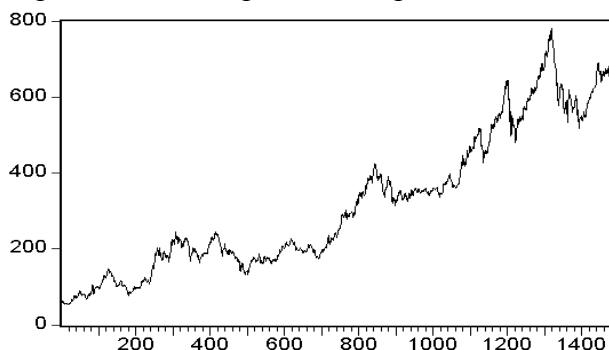


Рисунок 1. Ряд значений индекса РТС с 01.01.1999 г. по 09.12.2004 г.

Видно, что исследуемый временной ряд содержит тренд. Формально стационарность временного ряда можно проверить при помощи теста Дики-Фуллера. Вопрос о нестационарности ряда y_t , как правило, сводится к следующему: верно ли, что в регрессии $y_t = \phi y_{t-1} + \varepsilon_t$ истинное значение параметра ϕ равно единице? Соответствующая задача называется проблемой единичного корня. Выдвигается две гипотезы: $H_0: \phi=1$ и $H_1: \phi$ отлично от 1. Дики и Фуллер показали, что если истинное значение $\phi=1$, то соответствующая t-статистика не распределена по закону Стьюдента и ее распределение не стремится к стандартному нормальному при увеличении количества наблюдений. Поэтому гипотеза о равенстве ϕ единице проверяется с помощью теста Дики-Фуллера. Применив этот тест к исходным данным, можно сделать вывод о нестационарности исходного временного ряда.

Часто для получения стационарного ряда исходный ряд заменяют рядом разностей, полученного путем вычитания из каждого текущего значения наблюдение, предшествующее данному. Однако для анализа данных финансовых рынков, как правило, используются не абсолютные значения тех или иных показателей, а относительные. Таким относительным показателем является, например, доходность, которая рассчитывается как отношение двух значений ряда: момента времени t к моменту времени $(t-1)$. Тест Дики-Фуллера показал, что полученный таким образом временной ряд является стационарным.

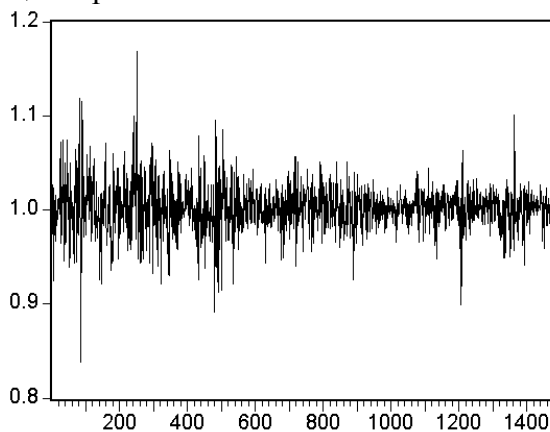


Рисунок 2. Ряд доходности

Было построено несколько эконометрических моделей: AR(1), AR(2) (эти модели описывают авторегрессионный процесс первого и второго порядков), MA(1), MA(2) (модели скользящей средней первого и второго порядков соответственно) и модель ARMA(1,1) (объединяющую процессы AR и MA первого порядка). Сравнив результаты, из полученных моделей можно выбрать лучшую: AR(1) $y_t = 0,110563 * y_{t-1} + 0,891034 + \varepsilon_t$.

Говорить об адекватности модели можно только в том случае, если кроме высокого значения F-статистики модель удовлетворяет условиям Гаусса-Маркова:

1. Их среднее должно быть равно нулю;
2. Остатки должны быть некоррелированы между собой;
3. Они должны быть гомоскедастичны.
4. Остатки должны быть распределены по нормальному закону.

В результате проверки удалось определить, что построенная модель не удовлетворяет требованию гомоскедастичности остатков. Устранить этот недостаток можно, дополнив модель уравнением, описывающим поведение дисперсии, то есть, использовать модели ARCH (авторегрессионная условно гетероскедастичная модель) и GARCH (обобщенная авторегрессионная условно гетероскедастичная модель). Определив параметры нескольких ARCH и GARCH моделей различных порядков, я остановилась на модели GARCH(1,1): $y_t = 0,100851 * y_{t-1} + 0,901103 + \varepsilon_t$, $\sigma_t^2 = 1,28 * 10^{-5} + 0,128339\varepsilon_{t-1}^2 + 0,858735\sigma_{t-1}^2 + \xi_t$.

Анализ остатков полученной модели показал, что эта модель в большей степени соответствует предъявляемым требованиям. Согласно теории, модель должна удовлетворять целому ряду условий, однако на практике почти никогда не бывает выполнения всех требований одновременно. В процессе построения различных моделей в данной работе, было выявлено, что каждая из моделей в той или иной степени не соответствует предъявляемым к ним требованиям. Поэтому, выбрав ту или иную модель в качестве окончательного варианта, необходимо помнить о ее «недостатках», и делать соответствующую корректировку.

Метод определения отраслевой структуры инноваций в экономике

Гершман Борис Анатольевич

студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: bgershman@rambler.ru

За последние десять–пятнадцать лет были опубликованы тысячи исследований, посвященных роли технического прогресса в стимулировании экономического роста в новой экономике, основанной на знаниях. Технологические изменения, инновации и информация рассматриваются в современной экономической теории как главные факторы конкурентного преимущества и повышения производительной силы. Однако, если теория добилась значительных успехов в описании новой экономики и моделировании характерных для нее процессов, то найти эмпирические методы оценки структуры и функционирования экономики знаний оказалось значительно сложнее.

В настоящей работе рассматривается подход, позволяющий наглядно представить отраслевую структуру инноваций национальной и мировой экономики на основе официальных данных о зарегистрированных патентах. Методология формирования технологической картины экономики была предложена Л. Лейдесдорффом в 2003 [1] и развита им и его коллегами в 2004 году [2]. В частности, в последней статье авторы используют эту методологию для оценки и сравнения технологической структуры экономик Нидерландов и республики Корея. Основными шагами в реализации данного подхода являются следующие.

1) Получение исходных данных. Их источником является электронная база данных американского Бюро патентов и торговли, доступная по адресу <http://www.uspto.gov>. Эта база данных содержит стандартизованную информацию обо всех патентах, зарегистрированных в Соединенных Штатах, начиная с 1970-х годов. Четкая организация хранилища в сети Интернет делает возможной его обработку с помощью специальных программ-роботов, которые могут перенести любую информацию из базы данных на компьютер пользователя и обрабатывать ее в автоматизированном режиме. Кроме того, база располагает собственным языком запросов, благодаря которому можно получить информацию о патентах, обладающих определенными свойствами (например, можно задать год регистрации, страну-правообладателя патента и т.д.). Исходной точкой исследования по определению отраслевой структуры инноваций в национальной экономике является получение наименований всех патентов, правообладателями или изобретателями которых являются резиденты исследуемой страны за определенный год или несколько лет.

2) Далее на основе этих наименований выбираются 100-200 наиболее часто встречающихся в названиях патентов слов (за исключением вспомогательных частиц, предлогов и т.п.) и строится симметричная матрица попарных совпадений. Ее столбцы и строки озаглавлены в соответствии с полученным набором слов, а в клетке (i, j) находится число раз, когда i -е слово одновременно встречается с j -м словом в названии какого-либо патента из числа исследуемых. Главная диагональ для удобства дальнейших вычислений заполняется нулями.

3) На третьем шаге необходимо нормировать исходную матрицу попарных совпадений и получить матрицу близостей, отражающую статистическую «близость» слов, формирующих строки и столбцы матрицы. В качестве меры близости в данном случае целесообразно использовать не традиционный коэффициент корреляции, а так называемый косинус (cosine), предложенный Сальтоном и МакГиллом в 1983 году. Эта мера обладает преимуществом, поскольку она не основана на математическом ожидании распределения и является, таким образом, нечувствительной к числу нулей в координатах сравниваемых векторов в отличие от коэффициента корреляции Пирсона [3]. Скажем, если имеется N наиболее часто встречающихся слов, а X_i и X_j – вектора-столбцы или вектора-строки, задающие набор чисел, отражающих частоту одновременной встречаемости i и j слова с каждым из оставшихся $N-1$ слов, то косинус угла, заключенного между векторами X_i и X_j (косинус Сальтона) рассчитывается по формуле

$$\text{Cos}(X_i, X_j) = \frac{\sum_{k=1, k \neq i, j}^N X_{ik} \cdot X_{jk}}{\sqrt{\sum_{k=1, k \neq i, j}^N X_{ik}^2 \cdot \sum_{k=1, k \neq i, j}^N X_{jk}^2}},$$

Полученная матрица близостей также, очевидно, оказывается симметричной. Данная матрица может быть использована в качестве исходной для реализации, например, факторного или кластерного анализа. Для указания наличия связи между словами i и j (или дуги между вершинами i и j в графе, вершинами которого являются все отобранные слова) необходимо задать пороговую величину косинуса между векторами X_i и X_j .

4) Последним шагом в методологии Лейдесдорффа является визуализация полученной матрицы. Существует несколько похожих методов восстановления расположения данных в пространстве, исходя из нормированной матрицы близостей. Наиболее простым подходом в данном случае является использование тех методов, реализация которых имеется в программных продуктах, предназначенных для анализа социальных сетей. Одним из самых мощных пакетов такого рода является программа Rажek, доступная на сайте университета города Любляны <http://vlado.fmf.uni->

lj.si/pub/networks/pajek. Авторы Pajek реализовали 2 метода визуализации ненаправленных графов (Kamada-Kawai и Fruchterman-Reingold). На основе одного из алгоритмов и порогового значения, выбранного на третьем шаге, Pajek изображает сеть, или граф, причем вершины, обозначающие слова, взаимно расположены в соответствии с матрицей близостей и связаны между собой в соответствии с выбранной пороговой величиной косинуса. Кластеры, образующиеся в сети, отражают отрасли, в которых наиболее активно происходит инновационный процесс, а близость кластеров друг к другу — направления интеграции одних отраслей с другими.

Применение методологии Лейдесдорффа к российским патентам дало следующие результаты. Четко видны кластеры, которым соответствуют: изготовление турбин и двигателей (слова engine, combustion, internal, turbine, gas), оптика (слова light, laser, optical, light, plasma, beam, signal, sensor), химическая промышленность в связке с фармацевтикой (слова catalyst, carbon, composition, containing, high, phenol, pharmaceutical, process, agent, derivative). Также обнаружены блоки, связующие эти инновационные отрасли российской экономики.

Литература

1. L. Leydesdorff. The university-industry knowledge relationship: Analyzing patents and the science base of technologies. *Journal of the American Society for Information Science & Technology*, 2003.
2. H.W. Park, L. Leydesdorff, H. D. Hong, S. J. Hong. Indicators for the Knowledge-based Economy: A comparison between South Korea and The Netherlands. *6th International Conference on Social Science Methodology, Amsterdam, 17-21 August 2004*.
3. B. Larsen, P. Ingwersen.. The Boomerang Effect: Retrieving Scientific Documents Via the Network of References and Citations. *SIGIR, Tampere, 11-15 August 2002*.

Оплата контента в инфокоммуникационных сетях: демпинг или новая бизнес-модель?

Голубев Антон Алексеевич

аспирант

Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: anton@engec.ru

Полезность доступа в Интернет для конечного пользователя заключается в наличии в сети нужных ему информационных ресурсов. Традиционно, оператор связи берет с потребителя плату за доступ в Интернет, пропорционально зависящую либо от объема переданной информации (трафика), либо от времени подключения к сети. Владелец информационного ресурса, который был размещен в сети, платит оператору связи за передачу информации до пользователя, а также за сервисное обслуживание, если его оборудование расположено в датацентре оператора. Однако фактически пользователь оплачивает не услугу связи, а возможность доступа к определенным ресурсам сети, которые обладают для него *субъективной полезностью*. Таким образом, оператор связи продает трафик дважды, исходящий от владельца контента и входящий к пользователю.

В настоящее время некоторые компании-пионеры отрасли [3] предлагают новую бизнес-модель, согласно которой оператор *оплачивает* исходящий трафик, генерируемый владельцем контента, деля прибыль, которую он получает от потребителя. Таким образом, выстраивается более рациональная и гармоничная структура, в которой оператор, являясь технологическим посредником, становится также экономическим посредником между потребителем и владельцем контента.

Несмотря на кажущуюся абсурдность, оператору выгодно оплачивать исходящий трафик владельца контента. Рассмотрим модель дохода оператора с нулевой

стоимостью размещения ресурсов. Пусть c – объем входящего трафика всех клиентов данного оператора, а C – совокупный объем входящего трафика клиентов на рынке. Аналогично r – исходящий трафик ресурсов, размещенных в сети провайдера, а R – совокупный трафик ресурсов на рынке. Тогда $c*(1-r/R)$ – клиентский трафик, приходящийся на иные сети, который должен быть оплачен в объеме $p_t * c*(1-r/R)$, где p_t – стоимость входящего трафика на межоператорском рынке. Однако оператор генерирует исходящий трафик, пропорционально количеству размещенных локально ресурсов $r*(1-c/C)$, получая доход $p_t * r*(1-c/C)$. Доход от продажи трафика клиентам – $c*p_c$, где p_c – цена продажи трафика клиентам. Тогда прибыль оператора составит:

$$I = c*p_c - p_t * c*(1-r/R) + p_t * r*(1-c/C).$$

Дальнейший анализ показывает, что реально оператор может извлекать прибыль, оплачивая исходящий трафик ресурсов [3], если его цена установлена ниже тарифа на входящий трафик для межоператорских расчетов.

Реализация описанной бизнес-модели уменьшает совокупную прибыль участников инфокоммуникационного рынка, поэтому может быть воспринята крупными игроками как демпинг, однако фундаментальные ее преимущества несомненны: основанная на базовом принципе полезности информации для конечного пользователя и первичности создания информации над ее передачей, она стимулирует предложение контента.

В краткосрочной перспективе негативным фактором использования данной бизнес-модели является серьезная дестабилизация всего рынка услуг связи, вызванная перестройкой финансовых и информационных потоков. В долгосрочной перспективе отрицательную роль играет тот факт, что в полезность информационного ресурса ставится в зависимость от объема, генерируемого им трафика. Отметим, что в данной ситуации такой критерий может быть применим, хотя фундаментальная корреляция между объемом информации и ее субъективной полезностью отсутствует.

Литература

1. Рейман Л.Д. Теория и практика функционирования инфокоммуникационных рынков. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2002.
2. Нагибин П. Модели, которые мы выбираем // Экспресс электроника, 2002, №2.
3. <http://masterhost.ru/service/traffic/#profit>.

Оценка влияния валютного курса на инфляционные процессы в открытой рыночной экономике

Гусев Вячеслав Юрьевич

аспирант

Обнинский государственный технический университет атомной энергетики, Россия

E-mail: Daret12345@yandex.ru

Любая открытая рыночная экономика, будучи интегрированной в мировую экономическую систему, рано или поздно сталкивается с проблемой выбора оптимального валютного курса для обеспечения долгосрочного экономического роста и падения уровня безработицы. В связи с намерением России вступить в ВТО данный аспект становится особенно актуальным.

Несмотря на широкое признание влияния курса валюты на темпы экономического роста и на темпы инфляции на внутреннем потребительском рынке, отсутствует единое мнение относительно направленности такого воздействия, оценки величины завышенности или заниженности валютного курса.

За последнее время много работ зарубежных авторов посвящено анализу колебаний валютных курсов и взаимосвязи валютного курса и инфляции. Интересная точка зрения была предложена John Taylor, который использовал простую микроэкономическую модель поведения фирмы. В основу его модели

было положено свободное ценообразование и монополистическая конкуренция. На основании предложенной модели он обосновал, что изменение валютного курса может быть эндогенным по отношению к инфляционной среде страны. Проведённый им эмпирический анализ для США подтвердил предложенную им модель.

После публикации работы John Taylor наблюдается растущий интерес исследователей к изучению взаимосвязи валютного курса и инфляции. McCarthy использовал VAR модель для исследования влияния двух внешних факторов - валютного курса и цен на импорт на инфляционные процессы. Он провёл анализ по восьми промышленно-развитым странам. В результате проведённого им анализа McCarthy выявил, что шоковые колебания валютного курса имеют сильное влияние на инфляционные процессы. Кроме того, он обосновал, что влияние колебаний валютного курса имеет большое значение как для стран с большей долей спроса на импорт на внутреннем рынке, так и для стран с более устойчивым валютным курсом и ценами на импорт. Choudhri, Ehsan U. и Dalia Shakura (2001) исследовали открытую макроэкономическую модель валютного курса, где особое внимание уделялось роли ценовой инерции и ожиданий. Важное заключение их анализа состоит в том, что валютный курс одновременно и зависит и влияет на инфляционный режим, и это должно приниматься во внимание при разработке основ монетарной политики страны. Sun Lijian, Jiang Yan (2002) исследовали влияние колебаний валютного курса на инфляционные процессы на примере азиатских стран. Авторы рассматривали двухстороннюю модель торговых партнёров, что позволило им оценить взаимосвязь колебаний валютного курса и инфляционных процессов для азиатских экономик. Проведённый ими статистический анализ также показал, что влияние колебаний японской йены намного более значительно для азиатских экономик, чем колебания американского доллара.

Как нам представляется, на основании вышеперечисленных работ и моделей невозможно однозначно определить комплекс монетарных мер для минимизации негативных социально-экономических последствий при колебаниях валютного курса, а именно развития инфляционных процессов. Важно отметить, что во всех вышеперечисленных работах отсутствует понятие равновесного валютного курса, а ведь только относительно него можно вполне определённо определить степень «завышенности» или «заниженности» курса национальной валюты, его колебаний и, соответственно, более точно определить взаимосвязь с инфляционными процессами.

В отечественной литературе к настоящему времени опубликовано большое число теоретических и практических работ по определению равновесного валютного курса. Например, согласно А. Илларионову, равновесный реальный валютный курс должен соответствовать показателю ВВП на душу населения по ППС. В работе А. Бочаровой, автор предлагает модель для моделирования валютного курса при фиксированном режиме. Как нам представляется, данные работы используют устаревшие теоретические концепции, и на их основании невозможно однозначно определить и спрогнозировать равновесный валютный курс и соответственно завышенность или заниженность номинального валютного курса. Исходя из вышеописанного, в основе данной работы лежит упрощённая модель валютного рынка, разработанная Тябиным В.Н.

В данной работе ставится задача - на основании выбранной модели валютного рынка, оценить равновесный валютный курс доллара в России, последствия его завышенности и определить вектор валютной политики. В работе автор осуществил поиск системы мер, обеспечивающих устойчивое равновесие на валютном рынке и построил системы уравнений для определения курсов валют при выполнении условий устойчивого равновесия. Данная работа послужила необходимым подготовительным этапом к моделированию макропроцессов в

открытой рыночной экономике. На основании данной модели будет проанализирован и обоснован комплекс монетарных мероприятий для обеспечения экономического роста России. Проверка мною вышеописанной модели по статистическим поквартальным данным на примере РФ за период с 1994 по 2003 год с помощью статистического пакета «Статграф» показала адекватность модели с вероятностью более 95% (P- value F-критерия для уравнений равен 0,0000) и статистическую значимость всех её коэффициентов (P-value для всех коэффициентов равен 0,0000).

На основании анализа построенных кривых стоимости экспорта и импорта для России, был рассчитан равновесный валютный курс доллара, который на январь 2004 года составил 23,1руб/\$. Исходя из проведённых вычислений был сделан вывод о завышенности курса доллара в России. Здесь важно отметить, что такой же точки зрения придерживаются С. Алексашенко и В. Дубинин и , наоборот, другой точки зрения придерживается ряд таких отечественных экономистов: так А. Илларионов в своей работе «Реальный валютный курс и экономический рост» утверждает, что курс рубля в настоящий момент в России завышен и для дальнейшего экономического роста курс национальной валюты следует девальвировать [4, с.19-48], близкую позицию к вышеизложенной занимают Е. Гайдар и В. Мау, отмечающие опасность значительного роста реального валютного курса и благотворность его снижения. Однако проведённый статистический анализ позволяет со значимой долей вероятности определить завышенность курса доллара в РФ. Для более наглядного представления результата завышенности курса доллара можно выделить такие социально-негативные последствия в России, как: падение уровня жизни всего населения, усиление сырьевой направленности страны, постепенное обесценение рублёвых активов с нулевой скоростью обращения, нами делается вывод о нецелесообразности завышения курса иностранной валюты в России в долгосрочной перспективе.

Микроэкономический подход к определению средней ставки налогообложения

Еремеева Ольга Вячеславовна

аспирантка

Обнинский государственный технический университет атомной энергетики, Россия

E-mail: eremeeva_olga200@mail.ru

Решение проблемы государственного регулирования налогообложения в открытой рыночной экономике представляется весьма затруднительным без построения модели оптимальной средней налоговой ставки, позволяющей хотя бы качественно прогнозировать налоговые поступления. Здесь важно отметить, что предполагаемое воздействие ставок налогов на объемы поступлений отражено в кривой Лаффера [2, стр. 559]. Однако данная зависимость не получила в дальнейшем убедительных доказательств, если даже учитывать опыт сокращения ставок налогов в США с последующим ростом налоговых поступлений [1, 82]. Этот факт позже признал и сам А. Лаффер в своей работе «Government Exaction and Revenue Defficiencies».

Основное отличие данной работы состоит в применении микроэкономической модели, позволяющей, тем не менее, определить среднюю оптимальную налоговую ставку. В основу данной модели положен ряд допущений: 1. Расчеты ведутся по одной стране; 2. Имеется два типа благ: личные (далее ЛБ) и социальные (далее СБ); 3. Технология производства принимается неизменной. 4. Мы рассматриваем экономику на определенный момент времени в равновесном состоянии. 5. ЛБ измеряется в потребительских корзинах, а СБ – в условных единицах. 6. Будем считать, что как ЛБ, так и СБ – классические блага [3, 123]

С учетом ограниченных финансовых ресурсов на их производство и полезности, которую получают потребители благ, построим кривую производственных возможностей, кривую общественного безразличия и бюджетную линию (Рис. 1).

Оптимальное соотношение объемов социальных и личных благ получаем в точке касания трех кривых. Точка Р соответствует оптимальному распределению СБ и ЛБ, так как позволяет извлечь максимальную социальную полезность.

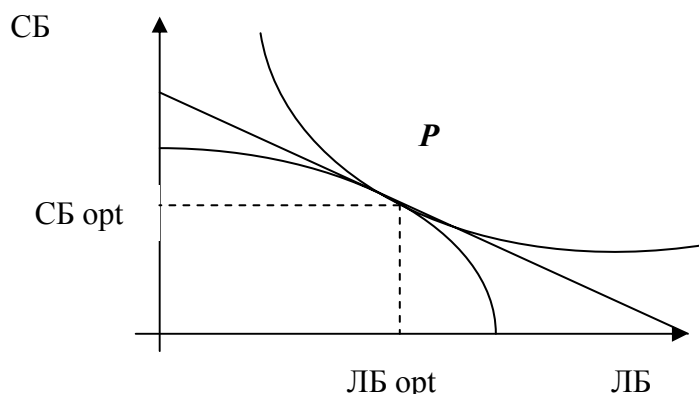


Рис. 1. Оптимальное распределение двух благ

Из рисунка еще неясно, какая связь между оптимальным распределением двух благ и средней налоговой ставкой (далее \bar{n}_{opt}). Введем уравнение зависимости расходных показателей государственного и потребительского бюджета:

$$КБ + РЛП = P_1 * СБ_{opt} + P_2 * ЛБ_{opt}, \quad (1)$$

где КБ – расходы консолидированного бюджета; РЛП – расходы на личное потребление; P_1 - цена производства единицы социальных благ; $СБ_{opt}$ - оптимальный объем социальных благ в условных единицах; P_2 - цена производства единицы личных благ; $ЛБ_{opt}$ - оптимальный объем личных благ в потребительских корзинах.

Государство должно располагать такими доходами, которые в идеале полностью покрывали бы расходы страны. Доходная часть бюджета в основном формируется за счет налоговых поступлений. Следовательно, от размера средней ставки налогообложения будет зависеть доход страны без учета незначительной доли неналоговых источников бюджета.

$$КБ = \bar{n}_{opt} * ВВП = P_1 * СБ_{opt}, \quad (2)$$

где \bar{n}_{opt} - средняя оптимальная налоговая ставка.

$$\bar{n}_{opt} = \frac{P_1 * СБ_{opt}}{ВВП} \quad (3)$$

Мы считаем стоимость потребительской корзины P_1 известной величиной. Неизвестную величину P_2 получим из соотношения P_1 / P_2 , которое определяется из условия прохождения бюджетной линии через точку касания Р (рис. 1).

Чтобы воспользоваться этой методикой, необходимо научиться измерять физический объем социальных благ и строить кривую общественного безразличия для всей страны. Последнее, вероятно, возможно путем проведения социологического опроса об удовлетворенности качеством жизни.

Литература

1. *Canto V., Joines D., Webb R.* The Revenue Effect of the Kennedy tax cut// Foundation of Supply-Side Economics. N.Y., L., 1983. P. 82.
2. История экономических учений / Под ред. Автономова В., Ананьина О., Макашовой Н. М.: ИНФРА-М, 2001.
3. *Тябин В.Н.* Экономико-математические модели и методы оптимизации рыночных отношений// Научная монография. Обнинск, 1995.

**Экономико-математические методы
и модели создания транспортно-логистических систем**
Ефремов Алексей Владимирович

студент

Самарский государственный технический университет, Самара, Россия

E-Mail: corwinin@mail.ru

Расширение внешнеэкономических связей вызывает повышенный спрос на совершенствование организации перевозок грузов, внедрение новых прогрессивных технологий перевозочного процесса и, прежде всего, принятой в международной практике терминальной технологии и логистических принципов товародвижения.

Перспективные технологии должны соответствовать международным стандартам, главными критериями которых является скорость прохождения маршрута, точность выполнения графика следования и надежность доставки груза. К таким технологиям относятся, прежде всего, комбинированные перевозки крупнотоннажных контейнеров.

Процесс контейнеризации инициировал развитие системы транспортировки грузов с использованием терминалов. Экономический эффект от применения терминальных технологий достигается за счет использования в транспортном коридоре крупнотоннажных транспортных средств, обладающих низкими удельными расходами материальных ресурсов.

В настоящее время при наличии большого количества складских площадей имеется дефицит высокомеханизированных складов и терминалов, нет достаточно обоснованных методик расчета их оптимальных параметров.

Совокупность контейнерных терминалов определенного региона образует транспортно-грузовой комплекс, который представляет собой развивающуюся систему. Обоснование необходимости такой транспортно-логистической системы (ТЛС) в том или ином регионе, оптимизация процесса его создания и развития представляет собой многовариантную задачу, зависящую от многих условий и ограничений. В связи с этим математическую модель данной задачи следует рассматривать как комплекс взаимосвязанных оптимизационных задач, решаемых с помощью многокритериального подхода.

Весь комплекс решаемых задач и соответствующие им модели целесообразно разделить на задачи системные и частные (параметрические). Системные задачи включают в себя модели, описывающие совокупность зон логистического обслуживания контейнерных терминалов, их расположение на карте логистического полигона, задачу определения оптимального числа терминалов в регионе. Цель решения частных задач – оптимизация функционирования отдельных терминалов.

Необходимая в этом случае декомпозиция комплексной задачи оптимизации создания ТЛС включает в себя следующие взаимосвязанные этапы:

1. Анализ ситуации на транспортном (логистическом) полигоне, изучение потребностей в транспортных услугах, определение наиболее грузонапряженных узлов [1].
2. Построение модели взаимодействующих смежных зон логистического обслуживания, тяготеющих к наиболее напряженным узлам [2].
3. Определение месторасположения контейнерных терминалов в каждой из идентифицированных зон логистического обслуживания [3].
4. Прогнозирование оптимальных объемов грузопереработки терминалов [4].
5. Формирование обобщенной многокритериальной целевой функции задачи создания и эксплуатации терминала исходя из минимизации общих эксплуатационных затрат и повышения надежности [5].
6. Определение оптимальных технико-технологических параметров контейнерного терминала как элемента логистической транспортной цепи.
7. Расчет основных инвестиций в объекты терминального комплекса.

Литература

1. Ефремов А.В. Определение точек сгущения грузопотоков на основе сетевых методов. Труды 14-ой межвузовской конференции «Математическое моделирование и краевые задачи» / МО РФ, СамГТУ. Самара, 2004. С. 82.
2. Региональные транспортные консолидирующие центры — опорные узлы системы международных транспортных коридоров / Под ред. С.В. Архангельского, В.И. Арсенова и др. Самара: «Самарский научный центр РАН», 2004. С. 100.
3. Ефремов А.В. Математические методы определения месторасположения терминала в зоне эффективной обработки грузопотоков. Труды 5-ой Международной многопрофильной конференции молодых ученых и студентов «Актуальные проблемы современной науки»/ СамГТУ, Самара, 2004. С. 167.
4. Маликов О.Б. Деловая логистика. СПб.: Политехника, 2003. С. 84.
5. Логистические транспортно-грузовые системы / Под ред. В.М. Николашина. М.: Академия, 2003. С. 193.

Моделирование процесса конвергенции между российскими регионами

Иодчин Александр Александрович

студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: iodchin@sstr.ru

В настоящее время в России большое внимание уделяется вопросам региональной политики: разделению полномочий между центром и регионами, распределению помощи федерального центра, вопросам выравнивания уровней социально-экономического развития регионов и т.п. Исследование динамики социально-экономического развития регионов, в частности в разрезе анализа конвергенции позволяет оценить эффективность региональной политики и выработать рекомендации по ее оптимизации.

Целью данного исследования является выявление наличия конвергенции между российскими регионами за период экономических реформ середины 90-х гг. – начала 21 века и анализ ее особенностей.

Объектом исследования является динамика социально-экономического развития регионов России за период с 1996 по 2001 гг. Предметом исследования выступает конвергенция субъектов федерации по показателю валового регионального продукта (ВРП) на душу населения. Данный показатель является основным для определения уровня социально-экономического развития региона.

Под процессом конвергенции понимается сближение уровней развития регионов во времени. В простейшем случае эконометрически данный процесс можно описать с помощью модели парной регрессии:

$$\frac{\ln y_{iT} - \ln y_{i0}}{T} = \alpha - \frac{1 - e^{-\beta T}}{T} \ln y_{i0} + \varepsilon_i,$$
 где y_{iT} и y_{i0} - соответственно, ВРП на душу населения в конечный и начальный моменты времени. Если оценка коэффициента β больше нуля, то в рассматриваемой выборке присутствует конвергенция.

Понятие конвергенции появилось в 1960-70-х гг. после опубликования Робертом Солоу в 1956 году своей модели экономического роста. Одним из следствий из данной модели является то, что чем дальше страна находится от своего стационарного состояния, тем выше в ней темпы экономического роста. Поскольку предполагалось, что у всех стран одно и то же стационарное состояние, то более бедные страны имели более высокие темпы экономического роста. Таким образом, они нагоняли более богатые страны. Существует несколько видов конвергенции: сигма и бета, абсолютная и условная. Эти виды рассматриваются в данном исследовании.

В настоящее время вопросы экономического роста и конвергенции являются одной из наиболее популярных тем среди экономистов. Авторами, наиболее часто публикующими работы, посвященные теории конвергенции, являются Danny Quah, Angel De la Fuente, Xavier Sala-i-Martin, Robert Barro.

В научной литературе господствует несколько направлений исследования конвергенции. Их можно разделить по следующим признакам:

- Используемые модели экономического роста – неоклассические или модели эндогенного роста
- Используемый математический инструментарий анализа – методы оптимизации, стохастическое моделирование или эконометрические методы
- Объекты исследования – выборки, состоящие из разных стран или из регионов одной страны.
- В случае применения эконометрического инструментария работы можно разделить в зависимости от того, используют они методы анализа пространственных выборок или же панельных данных.

В данном исследовании проводится расчет скорости конвергенции между российскими регионами. Источником статистических данных являются ежегодные сборники Госкомстата «Регионы России».

С целью анализа конвергенции внутри однородных групп регионов осуществляется типологизация последних по уровню социально-экономического развития. Проводится анализ сигма-конвергенции. Оценивание скорости конвергенции (абсолютной и условной) проводится для следующих выборок: выборка, состоящая из всех регионов России, и выборки, состоящие из регионов, входящих в ту или иную выделенную ранее группу. Исследование конвергенции проводится как на всем рассматриваемом промежутке времени, так и в отдельности по каждому году, что позволяет использовать инструментарий анализа панельных данных. В связи с неоднородностью влияния отраслей на конвергенцию проводится декомпозиция данного эффекта по основным отраслям экономики: промышленность, сельское хозяйство, строительство, транспорт, торговля и общественное питание. В завершение проводится анализ эффективности региональной политики, и формулируются рекомендации по ее оптимизации.

Полученные результаты говорят о том, что в рассматриваемый промежуток времени регионы России сближались по показателю ВРП на душу населения. Однако данный процесс был неоднородным по годам. Проведенная декомпозиция процесса конвергенции показала, что отраслями-двигателями конвергенции являются промышленность, сельское хозяйство и строительство.

Литература

1. Angel de la Fuente What kind of regional convergence? Instituto de Analisis Economico and CERP, 1996.
2. Barro and Sala-i-Martin. Convergence across States and Regions. Brookings Papers on Economic Activity, 1:1991.
3. Barro and Sala-i-Martin. Convergence. The Journal of Political Economy. Vol.100, No.2 (Apr.,1992).
4. Gregory Mankiw. The Growth of Nations. Brookings Papers on Economic Activity, 1995.
5. Mankiw, Romer, Weil. A Contribution to the Empirics of Economic Growth. The Quarterly Journal of Economics, 1995.
6. Danny T. Quah. Empirics for Economic Growth and Convergence. Centre for Economic Performance Discussion Paper No.253. July 1995.
7. Wei-Kang Wong. The Manufacturing Sector Contribute to Convergence Among the OECD Countries. National University of Singapore WP No.0215, 2002.
8. www.gks.ru.

**Оценка экспортно-импортных операций
на основе моделей нестационарных временных**

Крюкова Елена Валерьевна

аспирантка

Институт экономики НАН Беларуси, Минск, Беларусь

E-mail: alena_krukova@tut.by

В качестве объекта исследования в настоящей работе выбрана одна из самых экспортноориентированных и в тоже время импортозависимых отраслей Республики Беларусь – фармацевтическая отрасль. Предметом исследования, важным для решения задач управления экономическими процессами в стране, является анализ известных и разработка оригинальных методов прогнозирования изменения цен на экспортируемые и импортируемые лекарственные товары.

Ожидаемые результаты: построение модели динамики цен, позволяющей оценивать и прогнозировать последствия их изменения для экономики страны, в рамках Государственной программы исследования последствий вступления Республики Беларусь во Всемирную торговую организацию.

Тенденции глобализации в рамках мирового экономического сообщества существенно усилили влияние международных экономических организаций как на мировую экономику в целом, так и на экономические системы отдельных государств и регионов. В условиях активизации переговорного процесса по присоединению Беларуси к Всемирной торговой организации все чаще предпринимаются попытки произвести расчеты экономических последствий такого присоединения, выявить существующие и потенциальные экономические сектора, конкурентоспособные на мировом рынке, учитывая потребности страны в защите социально важных секторов и «зарождающихся» отраслей. Если реализация возможностей приобретенных от вступления в ВТО потребует определенного времени, то возможные неприятности могут наступить в самые кратчайшие сроки. Точные подсчеты баланса выгод и потерь в целом для экономики страны — дело вряд ли возможное. Но более или менее четкое представление о перспективах тех или иных областей или регионов вполне реально, и оно позволит выстроить позицию страны на переговорах об условиях вступления в ВТО и принять конкретные меры по минимизации потерь.

Несмотря на то, что внешнеэкономические связи играют важную роль в решении многих задач экономического и социального развития страны, вопросам совершенствования методов экономико-статистического анализа и выявления на этой основе резервов повышения эффективности внешнеэкономической деятельности уделяется недостаточное внимание.

В международной торговле цены определяют структуру мирового хозяйства, влияют на потоки экспорта и импорта. Поэтому статистика цен является важнейшим элементом информационного обеспечения экономических исследований в области планирования, прогнозирования и управления экономикой страны.

Оправдан в данном контексте интерес теоретиков и практиков к проблемам контроля за изменениями уровней мировых цен, к методам анализа фактического состояния цен на мировом рынке и их статистических характеристик, к методологическим проблемам обоснования и применения экономико-математических моделей, оптимизирующих результаты статистических исследований в области цен.

В ходе исследования были рассмотрены различные экономико-статистические методы и сделаны следующие выводы:

- В методологическом плане одним из заслуживающих внимание направлений экономико-математических исследований является использование индексного метода в оценке и прогнозировании внешнеэкономической деятельности страны, а

именно: оценки эффективности экспортно-импортных операций, а также показателей условий торговли между странами. Метод позволяет определить влияние отдельных факторов (цен, физического объёма, структурных изменений, прежде всего географических и ассортиментных сдвигов) на стоимостные показатели развития внешней торговли.

- В рамках технического анализа через графический и математический анализ можно выявлять тенденции движения цен и прогнозировать их динамику.
- Для моделирования и прогнозирования экспорта фармацевтических препаратов могут быть использованы модели $ARIMA(0,1,1)$ или $ARIMA(1,1,1)$ с учетом сезонных колебаний, с ошибкой прогноза менее 20%.
- Для моделирования и прогнозирования импорта фармацевтических препаратов могут быть использованы модели $ARIMA(1,2,0)$ или $ARIMA(1,2,1)$ с учетом сезонных колебаний, которые позволяют получить хорошую точность прогноза. Ошибка прогноза составляет менее 10%.

Метод реальных опционов в оценке инвестиционных проектов

Любимов Дмитрий Викторович

студент

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: DVLubimov@rambler.ru

Для целого класса проектов свойственна высокая неопределенность переменных, именно поэтому адекватный учет неопределённости в таких проектах становится важной задачей.

Традиционные методы оценки проектов в таких случаях часто приводят к неправильным результатам и неверным выводам.

Метод реальных опционов позволяет учесть ряд важнейших характеристик проекта, которые не учитывают традиционный анализ методом дисконтированных потоков: гибкость при управлении проектом; долгосрочные возможности, заложенные в проект. Наряду с возможностями, которые открывает метод реальных опционов при оценке целого класса проектов, характеризующиеся повышенной неопределенностью параметров, метод имеет и ряд ограничений, которые затрудняют его использование. Метод реальных опционов открывает новые возможности анализа и оценки инвестиционных проектов и позволяет дать наиболее полную и адекватную их оценку. Принципиальным отличием данного метода от стандартных методов является то, что предприятие рассматривается как гибкая управляемая система; способность руководства принимать решения, адекватные обстановке, не игнорируются а детально изучаются и количественно оцениваются.

Многие бизнес-стратегии и проекты больше похожи на серию опционов, чем на статический прогноз денежных потоков. Опционный метод может успешно использоваться при решении следующих бизнес-проблем: многоэтапные проекты по расширению или сужению производственных мощностей; ситуации, когда необходимо решить, что лучше покупать или строить; при планировании человеческих ресурсов (поиск баланса между новыми сотрудниками, работающими на полную ставку, овертаймами существующих сотрудников и привлечением временного персонала); когда прекращать использование актива и начинать вновь; максимальные инвестиции, которые имеет смысл делать в исследовательский проект; цена, по которой стоит продавать и приобретать лицензии, патенты, технологии; определение цены покупки или продажи бренда.

В основе методе реальных опционов лежит модель Блека-Шоулза, изначально разработанная применительно к оценке финансовых опционов. Использование опционной модели применительно к оценке инвестиционных проектов открывает новые возможности для анализа и позволяет учесть ценные характеристики.

Метод позволяет учесть гибкость в управлении инвестиционным проектом – возможность отсрочить, расширить, сократить или перенаправить инвестиции.

В ряде случаев успешность будущих инвестиций зависит от инвестиций, сделанных сегодня. Часто имеет смысл инвестировать сегодня, пренебрегая отрицательным значением ДДП от этих вложений, чтобы в будущем получить стратегическое преимущество за счет этих инвестиций.

Метод обладает большим аналитическим потенциалом, но нельзя не отметить сложности использования финансовых моделей применительно к реальным активам. Использование метода реальных опционов предполагает их идентификацию в бизнес-процессах. Если в финансовой модели такой проблемы не стоит, то использование опционного подхода к анализу и оценке нефинансовых активов ставит задачу идентификации опционов и построение соответствующей модели.

Большое число бизнес-процессов можно представить в виде серии опционов.

При всех возможностях, которые открывает опционный метод в области анализа и оценки инвестиционных проектов, применение метода сопряжено со сложностями, вытекающими из его финансового происхождения: оценка основных входных параметров опционной модели для нефинансовых активов; время исполнения опциона не является моментальным, как предусматривает модель, а порой занимает многие годы.

В российской практике метод реальных опционов в настоящее время применяется в основном для оценки проектов в ресурсодобывающих отраслях. Сложности использования метода в российской практике объясняются общими сложностями метода, так и проблематичностью расчёта ключевых параметров оценки в российских условиях за неимением достаточных данных и опыта, а также спецификой российской экономики.

Исследование эффективности функционирования сложных систем методом анализа огибающих (на примере аграрного сектора Ростовской области)

Месропян Каринэ Эдуардовна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: ru-shechka@yandex.ru

Рассматриваемый метод носит название DEA, или Data Envelopment Analysis (Метод анализа огибающих). Основоположниками подхода являются известные американские ученые А. Чарнс и В. Купер. Исследуется сложный объект с множеством входных и выходных параметров, а также его деятельность в окружающей среде функционирования. Метод позволяет находить оценку технической эффективности.

Рассмотрим n предприятий, производящих t различных продуктов и затрачивающих m видов ресурсов. Технология производства j -го объекта описывается парой векторов: $X_j = (x_{j1}, x_{j2}, \dots, x_{jm}) = 0$ – вектор затрат («входы»); $Y_j = (y_{j1}, y_{j2}, \dots, y_{jt}) = 0$ – вектор выпуска («выходы») и отображается точкой (X_j, Y_j) $m+t$ -мерного пространства. Введем коэффициент (меру, оценку) эффективности j -го объекта в многомерном пространстве затрат-выпусков:

$$h_j = \frac{\sum_{i=1}^t u_i y_i^j}{\sum_{k=1}^m v_k x_k^j}, \text{ где } u = (u_1, u_2, \dots, u_t), \quad v = (v_1, v_2, \dots, v_m) \text{ – векторы весов для выходов и входов.}$$

Для нахождения вектора $h = (h_1, h_2, \dots, h_n)$ необходимо решить задачу математического программирования:

$$\begin{aligned}
& \max_{u,v} h^l \\
& \frac{\sum_{i=1}^t u_i y_i^j}{\sum_{k=1}^m v_k x_k^j} \leq 1 \\
& u, v \geq \varepsilon \\
& j = 1, \dots, n \\
& l = 1, \dots, n
\end{aligned}$$

Объекты, у которых $h=1$, признаются эффективными и образуют эффективную гиперповерхность (фронт) в пространстве весов, называемую огибающей, а остальные – неэффективными. Величина ε рассчитывается по формуле:

$$\varepsilon = \min_{1 \leq p \leq n} \left\{ \min \left\{ \frac{1}{\sum_{i=1}^m x_{ip}}, \frac{1}{\sum_{i=1}^m x_{ip}} \min \left\{ \frac{\sum_{i=1}^m x_{ij}}{\sum_{r=1}^t x_{ri}} \right\} \right\} \right\}$$

Задачу максимизации дроби можно преобразовать и получить задачу линейного программирования CCR Input Oriented (Charnes, Cooper и Rhodes, 1978). Эта модель была предложена первой в классе моделей DEA. Другие модели DEA представляют собой двойственные задачи математического программирования. Неэффективность производства может быть обусловлена в том числе неоптимальным масштабом, влияние которого учитывает модель ВСС (Banker, Charnes, Cooper, 1984).

Для анализа 43 районов Ростовской области использовалась модель CCR Input Oriented Dual и следующие данные: суммарная посевная площадь, среднегодовая численность работников, занятых в сельхозпроизводстве, среднегодовая стоимость ОПФ сельхозназначения, все затраты на сельхозпроизводство; валовой сбор зерна, валовой сбор семян подсолнечника, валовой сбор овощей, производство мяса, производство молока. Выбор параметров модели представляет субъективную составляющую метода, и в данном случае в качестве входов взяты основные составляющие совокупных издержек, а в качестве выходов - основные продукты сельхозпроизводства. По результатам расчетов в первом варианте эффективный фронт составляют следующие районы: Дубовский, Заветинский, Кагальницкий, Красносулинский. Используемая модель не учитывает неоднородность входных параметров, в частности качественных характеристик и народно-хозяйственной ценности земель. Эти сведения содержатся в государственном земельном кадастре и определяют кадастровую стоимость земель (p_j).

Введем вектор $k=(k_1, \dots, k_n)$: $k_j = \frac{p_j}{p_{\max}}$. Скорректируем вектор входов – суммарной

посевной площади: $x'=kx$. По результатам расчетов во втором варианте эффективными являются следующие районы: Багаевский, Верхнедонской, Заветинский, Красносулинский.

Литература

1. A.Y. Lewin, L.M. Seiford. Extending the frontiers of DEA. Annals of Operations Research 73(1997).
2. A. Basso, S. Funari. A data envelopment analysis approach to measure the mutual fund performance. European Journal of Operational research 135(2001).

Применение методов многокритериальной оптимизации при формировании портфеля инвестиционных проектов

Михалева Мария Юрьевна

аспирантка

Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

E-mail: MariaMihaleva@yandex.ru

Портфель инвестиционных проектов представляет собой систему взаимосвязанных по содержанию, срокам, ресурсам инвестиционных проектов и программ, общая цель которых заключается в обеспечении реализации основных направлений инвестиционной политики компании. Как правило, любая компания формирует портфель доступных инвестиционных проектов, реализация которых может осуществляться по мере наступления определенных условий и предпочтений. Поэтому задача оптимизации портфеля инвестиционных проектов – всегда актуальная задача для любой динамично развивающейся компании.

Процесс формирования портфеля инвестиционных проектов основывается на следующих основных принципах [1]:

- Многокритериальность отбора проектов;
- Дифференциация критериев отбора по видам инвестиционных проектов;
- Учет объективных ограничений инвестиционной деятельности;
- Обеспечение связи инвестиционной программы с производственной и финансовой программами;
- Обеспечение сбалансированности портфеля по важнейшим параметрам.

Предлагаемый подход к формированию портфеля методами многокритериальной оптимизации делает неявное предположение, что вся информация, необходимая для принятия оптимального решения, скрыта в формальной модели задачи и, следовательно, с помощью некоторых преобразований может быть из этой модели извлечена и использована, т.е. множества проектов и множества показателей качества вполне достаточно для объективного, не зависящего от отсутствующих в данной модели факторов определения оптимального решения. Относительно исследования возможности применения методов многокритериальной оптимизации при формировании портфеля нами были получены следующие результаты:

1. Задача оптимизации портфеля инвестиционных проектов поставлена как задача многокритериальной оптимизации. В частности, выбраны показатели эффективности портфеля и проведено обоснование назначения критериев оптимальности для показателей коммерческой эффективности и использования остальных показателей в качестве ограничений, формирующих допустимую область оптимизационной задачи.
2. Проанализированы современные методы принятия решения, выбраны адекватные методы многокритериальной оптимизации для формирования оптимального портфеля проектов и разработаны соответствующие алгоритмы.

Алгоритмы оптимизации портфеля построены на базе следующих методов: метод утопической точки, метод последовательных уступок, метод Гермейера, метод на основе функции Харрингтона, метод главной компоненты, метод справедливого компромисса, метод равномерного подтягивания.

1. Разработана концептуальная модель системы поддержки принятия инвестиционных решений.
2. Разработано программное обеспечение многокритериальной оценки коммерческой эффективности проектов и формирования оптимального портфеля. Программное обеспечение снабжено удобным для пользователя интерфейсом, в том числе средствами визуализации результатов.

Таким образом, результаты проведенного исследования могут быть использованы при планировании и оптимизации портфеля инвестиционных проектов. Условия применимости того или иного метода не могут быть четко сформулированы в силу того, что процесс решения задачи оптимизации портфеля носит эвристический характер. Более того, решение, принимаемое в условиях многофакторности и неопределенности, – всегда результат серьезной аналитической работы, направленной на изучение количественных и качественных характеристик системы. Поэтому окончательный выбор варианта портфеля также должен быть результатом предварительно проведенного исследования, сравнения и анализа полученных различными методами оптимизации оценок решений.

Литература

1. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. К.: «Эльга-Н», «Ника-Центр», 2002. С. 260.

Исследование инфляционных процессов и денежного предложения в Казахстане *Мухаметов Иршат Нурмухаметович*

студент

Казахский Национальный Университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

E-mail: muhametov_i@economy.kz

В период трансформации экономической системы очевидным становится факт необходимости ускоренного развития финансовой системы экономики как основного генератора инвестиционных ресурсов - подпитки для реального сектора. Тем временем интенсивное развитие финансового сектора требует оптимального регулирования денежного рынка, основными параметрами которого являются инфляция и денежное предложение. Целью данной работы является:

- моделирование основных показателей денежного рынка в предположении о монетарном характере ценообразования;
- исследование природы инфляционных процессов на основе анализа результатов моделирования.

В качестве наиболее подходящего и популярного инструмента анализа была выбрана методология эконометрического моделирования временных рядов в пакете Eviews.

Анализ эконометрических зависимостей при моделировании проводится по следующей схеме:

- В начале осуществляется проверка динамических рядов используемых показателей на стационарность с использованием расширенного теста Дикки-Фуллера.
- Если гипотеза статистической стационарности показателей отвергается (что обычно происходит при эконометрическом моделировании взаимосвязей между исходными рядами показателей), то используется методология поиска коинтеграционных зависимостей, которая дает корректные оценки коэффициентов зависимостей при условии стационарности рядов последовательных приращений для исходных показателей. Проверка стационарности рядов приращений осуществляется также с использованием теста Дикки-Фуллера (Unit root tests)
- Если гипотеза статистической стационарности динамических рядов наблюдений, входящих в исследуемую зависимость, подтверждается, то оценивание коэффициентов проводится по методологии линейного регрессионного анализа.
- Анализ качества полученных регрессионных зависимостей проводится с использованием стандартных критериев на основе F-статистик, t-статистик (ARCH, Breusch-Godfrey, Normality, DW и т. д.)

При построении коинтеграционных зависимостей используется методология Error Correction Modelling (модель коррекции ошибок): вначале строится долгосрочная коинтеграционная зависимость, затем она дополняется до модели в форме ECM

Долгосрочная коинтеграционная модель отражает наиболее существенные долгосрочные и среднесрочные тенденции в динамике исследуемых экономических показателей, а также включает в себя основные факторы, формирующие эти тенденции. Расширенная модель ЕСМ позволяет учесть в модели краткосрочные эффекты, включая сезонные факторы.

При проведении анализа автор руководствуется методологией и структурой исследования научной работы Института экономики переходной экономики (С. Дробышевский, А. Козловская «Внутренние аспекты денежно-кредитной политики России»).

Компьютерные технологии стохастического анализа экстремальных событий
Назаренко Кирилл Михайлович

аспирант

МГТУ "Станкин", Москва, Россия

E-mail: nazzy@mail.ru

В настоящей работе исследованы статистические закономерности возникновения масштабных кризисных состояний финансовых рынков с помощью математических методов стохастического анализа экстремальных событий. Нами разработаны гибкие компьютерные технологии моделирования и оценивания статистических структур связей, существующих и возникающих в периоды кризисов на мировых финансовых рынках. На основе их применения обнаружены и исследованы новые феномены в поведении финансовых рынков, такие как смена типа структуры статистической зависимости показателей финансовых рынков и ее асимметризация в результате воздействия на них неблагоприятных внешних воздействий.

Нами предложены новые подходы к управлению финансовой компанией в условиях воздействия на нее неблагоприятных внешних факторов на основе инклюзивного бутстрэпа и триггер-анализа [1]. На примерах некоторых ведущих эмитентов российского фондового рынка показана эффективность применения построенных компьютерных технологий.

Литература

1. Щетинин Е.Ю., Назаренко К.М., Парамонов А.В., Инструментальные методы стохастического анализа экстремальных событий, Вестник ННГУ. Математическое моделирование и оптимальное управление. Изд-во ННГУ. 2004.
2. Щетинин Е.Ю., Назаренко К.М., Парамонов А.В. Методы моделирования экстремальных зависимостей на финансовых рынках в кризисных состояниях. Фундаментальные физико-математические проблемы и моделирование технико-технологических систем: Сб. научных трудов. М., 2005.

Принятие решений на Фондовой Бирже РТС
Овчинникова Екатерина Леоновна

студентка

Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

E-mail: ovchinka@newmail.ru

Каждый участник современного фондового рынка сталкивается с проблемой: как наилучшим образом разместить денежные средства. Портфельный инвестор вынужден принимать решения в условиях неполной неопределенности (риска), в частности, он не обладает полной информацией о колебаниях стоимости активов и их доходностях.

Целью настоящей работы – построить модель принятия решений, повышающую прибыльность операций с ценными бумагами с точки зрения частного инвестора. В качестве объекта исследования выступает Фондовая Биржа РТС (январь 1998 г. – июль 2004г.). В

задачу работы входит нахождение оптимальной стратегии инвестирования, которая заключается в выборе наиболее привлекательного актива и времени заключения сделки. Также рассматривается вопрос о максимальном и минимальном возможных выигрышах рационального инвестора. При моделировании процесса принятия решения используются методы теории игр с природой. Для определения доходности активов применяется рыночная модель доходности, где в качестве регрессора выступает индекс РТС.

Основным элементом экономико-математической модели служит портфельный инвестор (А), принимающий решение в условиях объективной действительности, называемой «природой» (П). Игрок А действует осознанно и желает максимизировать свой доход. Природа принимает неопределенным образом то или иное состояние, не преследуя какой-либо цели и безразлично к результату игры. Множество чистых стратегий игрока А состоит в приобретении акции одной из 10 ведущих компаний: Аэрофлот, РАО «ЕЭС России», Иркутскнефтегаз, Лукойл, Мосэнерго, Ростелеком, Сбербанк, Сибнефть, Сургутнефтегаз, Татнефть. В качестве природы рассматривается текущая ситуация на фондовом рынке. Официальным индикатором Фондовой биржи РТС является индекс РТС. Интервалы значений доходности этого интерпретируются как состояния природы П, которые она принимает с определенными на основе наблюдений

вероятностями q_j , $q_j \in (0,1)$, $j=1, \dots, n$, $\sum_{j=1}^n q_j = 1$. Разница между конечным и начальным

благополучием является выигрышем игрока А. Выигрыш зависит от доходности индекса РТС (однофакторная линейная регрессия) и потому является случайной величиной.

Руководствуясь критерий Байеса относительно выигрышей, инвестор может сделать выбор, максимизирующий его средний доход. В ходе исследования выяснилось, что при выборе из 10 вышеупомянутых активов наибольшую среднюю недельную доход в 0,94 д.е. (на 100 д.е. вложений) приносит приобретение акций компании Сибнефть. Для анализа и прогнозирования инвестору важно знать, насколько сложившаяся в данный момент ситуация близка к идеальной (или наоборот). Вероятности состояний природы могут меняться с течением времени, и это влияет на показатели эффективности стратегий $V_i(q(t))$ и выбор оптимальной стратегии. При неизменной матрице выигрышей (т.е. при предположении об устойчивости построенной в рамках рыночной модели регрессии) близость текущего значения $V_i(q)$ к своей верхней или нижней грани позволяет сделать вывод о наилучшем моменте принятия решения. В нашем случае показатель оптимальности конъюнктуры $H(q) \in (0,1)$ примерно равен 0.44, но ожидаемые изменения пренебрежимо малы.

Также интерес представляет вопрос о существовании и достижимости точных границ для цены игры (цена игры здесь понимается как максимальный средний выигрыш игрока, т.е. средний доход инвестора при покупке им голубых фишек, соответствующих оптимальной стратегии). Определение этих параметров дает возможность оценить рентабельность операции вне зависимости от времени. В частности, если максимально возможный выигрыш невелик, начинать игру бессмысленно. При наличии на рынке безрисковых активов, доходность по которым, как правило, ниже ожидаемой доходности рискованных ценных бумаг, может быть найден вектор вероятностей состояний природы, обеспечивающий необходимые (в некоторых случаях и достаточные) условия достижимости точной нижней границы. В исследуемой игре проигрыш при любом векторе вероятностей составит менее 22,26 д.е. из 100. Кроме того, были рассмотрены теоретические условия достижимости верхней грани (47,35 д.е.) с точностью до любого сколь угодно малого положительного числа ε . Этим способом можно также найти вероятности состояний, обеспечивающие какое-либо заданное значение цены игры.

В работе приведено несколько примеров, связанных с фондовой биржей, которые иллюстрируют сформулированные утверждения относительно неравенств для показателей эффективности и цены игры в чистых стратегиях по критерию Байеса относительно выигрышей.

Литература

1. Лабскер Л.Г., Бабешко Л.О. Игровые методы в управлении экономикой и бизнесом. М.: Дело, 2001.
2. Малюгин В.И. Рынок ценных бумаг: количественный анализ. М.: Дело, 2003.
3. <http://www.rosec.ru/>
4. <http://www.rts.ru/>
5. <http://www.lukoil.ru/>

Анализ структур статистических зависимостей на финансовых рынках в кризисные периоды

Парамонов Андрей Викторович

студент

МГТУ «Станкин», Москва, Россия

E-mail: _pent_@mail.ru

В настоящей работе проведён анализ статистических свойств финансовых показателей НК ЮКОС в условиях воздействия на неё неблагоприятных внешних факторов, вызванных налоговыми претензиями к ней со стороны надзорных и налоговых органов. В результате анализа выявлены и описаны принципиально новые эмпирические эффекты, а именно: смена области притяжения распределения логарифмических приращений котировок финансовых показателей НК ЮКОС, возникновение контагиона и асимметризация структур статистической зависимости.

Предложены новые модели структур статистической зависимости экстремального типа в рамках концепции копул. Показано, что статистические свойства открытых эмпирических эффектов наилучшим образом описываются копулой экстремального типа со скошенным распределением Стьюдента в качестве частных распределений. Используемые подходы позволяют наиболее точно описывать поведение финансовых показателей в условиях высокой волатильности и нестабильности поведения международных финансовых рынков.

Литература

1. Щетинин Е.Ю., Назаренко К.М., Парамонов А.В., Инструментальные методы стохастического анализа экстремальных событий, Вестник ННГУ. Математическое моделирование и оптимальное управление. Изд-во ННГУ. 2004.
2. Щетинин Е.Ю., Назаренко К.М., Парамонов А.В. Методы моделирования экстремальных зависимостей на финансовых рынках в кризисных состояниях. Фундаментальные физико-математические проблемы и моделирование технико-технологических систем: Сб. научных трудов. М., 2005.

Анализ рынка продуктов питания российских регионов с использованием SSUR модели пространственной эконометрики

Пономарева Юлия Николаевна

студентка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: yuliyaaa@yandex.ru

Пространственная эконометрика представляет собой набор эконометрических методов, имеющих дело с проблемами пространственных связей и пространственной

однородности в cross-sectional и панельных данных. Применение инструментария пространственной эконометрики все больше становится обычным в эмпирических исследованиях не только в региональной экономике или, например, при анализе рынка недвижимости, но и экологической экономике, международной экономике, экономике общественного сектора.

Цель данной работы – исследовать динамику спроса на продукты питания в Российских регионах во времени и пространстве и кластеризовать регионы по итоговому показателю. Практически это осуществляется путем добавление третьего измерения – географического фактора – к панели данных о динамике рынков во времени. Исходными данными являются данные о потреблении отдельных продуктов питания по регионам РФ с 1990-2003 года. Таким образом, для каждого рынка сформирована панель данных, измерениями в которых выступают время и географическое пространство. Введение географического фактора позволит учесть зависимость уровня потребления не только от внутренних региональных факторов, но и от внешних (соседних регионов) с помощью построения матрицы пространственной корреляции.

В работе оценивается модель пространственной авторегрессии со случайными и фиксированными эффектами: $y = \sum_r \rho_r W_r y + x\beta + \varepsilon$, где y – матрица наблюдений размерности $N \times T$, собранных для каждого региона в каждый момент времени; W_r – матрица весов размерности $NT \times NT$, отражающая все пространственные и временные связи.

При оценивании модели возникает проблема определения весов матрицы W , решить которую удастся путем введения определенных допущений, которые приводят в следующим моделям пространственных и сериальных связей:

- 1) пространственная авторегрессия (SAR) – заключается в том, что объект i в момент t зависит только от соседей (соседних регионов) в момент $t-1$. Пространственный лаг в период $t-1$ задается экзогенно. Тогда уравнение регрессии выглядит следующим образом: $y_{it} = \gamma[Wy]_{i,t-1} + f(z) + \varepsilon_{i,t}$
- 2) пространственно-временная авторегрессия – означает, что объект i в момент t зависит от него самого и соседей в момент $t-1$. Лаг во времени является экзогенным в случае отсутствия сериальной автокорреляции ошибки. Пространственный лаг является эндогенным в случае пространственной и/или сериальной авторекорреляции ошибок: $y_{it} = \rho y_{i,t-1} + \gamma[Wy]_{i,t-1} + f(z) + \varepsilon_{it}$
- 3) временная авторегрессия с учетом одновременной пространственной автокорреляции – означает, что объект i в момент t зависит от него самого в момент $t-1$ и соседей в момент t : $y_{it} = \rho y_{i,t-1} + \gamma[Wy]_{i,t} + f(z) + \varepsilon_{it}$ в предположении зависимости y_{it} от пространственного лага $t-1$.
- 4) обобщенная модель временная авторегрессия с учетом одновременной пространственной автокорреляции – предполагается, что объект i в момент времени t зависит от себя самого в момент $t-1$ и соседей в моменты времени t и $t-1$: $y_{it} = \rho y_{i,t-1} + \lambda[Wy]_{i,t} + \gamma[Wy]_{i,t-1} + f(z) + \varepsilon_{it}$.

На сегодняшний день в западной литературе существует достаточно много исследований, посвященных исследованию влияния фактора месторасположения исследуемого экономического объекта на итоговую оценку в модели. В частности много работ посвящено исследованию регионального развития, по российским регионам примеров применения данного инструментария нет.

Из всех исследований, проведенных с использованием инструментария пространственной эконометрики, можно условно выделить две темы, наиболее разработанные. Исследования, посвященные анализу регионального развития, и маркетинговые исследования с использованием пространственного анализа.

Исследования первой группы посвящены моделированию процесса конвергенции регионов (Mark L. Burkey. Regional convergence in the European Union (1985-999): A spatial dynamic panel analysis, Harald Badinger, Werner G. Müller and Gabriele Tondl. Regional convergence in the European Union (1985-1999): A spatial dynamic panel analysis, Up Lim A Spatial Analysis of Regional Income Convergence), экономического роста (María Teresa Ramírez, Ana María Loboguerrero. Spatial dependence and economic growth: Evidence from a panel of countries; Rui Pedro Juliano GIS and Regional Development; Patrik Gustavsson, Joakim Persson Geography, cost-of-living, and determinants to economic growth: a study of Swedish regions, 1911-1993). Чаще всего авторы в работах предлагают двухшаговую процедуру, которая включает нивелирование влияния пространственного фактора на первом шаге и оценку параметров обобщенным методом моментов на втором шаге. Результаты исследования показали, что игнорирование влияния пространственного фактора ведет к ложным результатам. Пространственный анализ позволяет рассматривать регион не как независимую единицу в модели, а, имеющими связи с соседними регионами. Такой подход позволяет учесть диффузию экономических факторов между регионами, то есть проанализировать не только временную, но и пространственную динамику.

Исследования в области маркетинга посвящены определению долгосрочного эффекта от маркетинговых усилий (Carl F. Mela, Sunil Gupta, Kamel Jedidi Assessing long-term promotional influences on market structure); прогнозированию продаж и спроса (Mark L. Burkey A Spatial Econometric Analysis of Alcohol Demand; R. Kelley Pace Spatial Distribution of Retail Sales), анализу потребительской корзины (Yen-Liang Chen, Kwei Tang, Ren-Jie Shen, Ya-Han Hu Market basket analysis in a multiple store environment). Маркетинговые исследования используют, как правило, данные исследования домохозяйств и точек продаж товаров, объекты исследования привязываются не к географическим регионам, а к почтовым адресам.

Комплексные адаптивные системы в экономике

Савин Владислав Владимирович

молодой ученый

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: w11bsavi@mail.ru

1. Причины появления парадигмы комплексных адаптивных систем (кас)

В последнее время все явственнее слышен голос новой парадигмы в социальных (в том числе, экономических) науках: голос парадигмы комплексных адаптивных систем. Связано это с тем, что, с одной стороны, с конца 20 века резко изменились характеристики социальной (в том числе и экономической) жизни: она стала гораздо более неравновесной, нестабильной, можно даже сказать, в некотором смысле, турбулентной, с другой стороны, имеющийся у человечества (в том числе и экономико-математический) инструментарий, хорошо зарекомендовавший себя при решении проблем в прошлом, не позволяет получить адекватные ответы в настоящем. Как известно, нестабильность планетарного человеческого социума в целом определяется такими факторами, как, например, полицентрическая политическая система, ускоряющийся научно-технический прогресс, демографическое неравновесие (перенаселение или депопуляция) в разных регионах планеты, экологические проблемы и т.д.. Эти факторы создают фон и для экономической деятельности, которая в настоящий момент также крайне неравновесна, о чем свидетельствуют, в частности, и глобализация мировой экономики, и нестабильная макроэкономическая ситуация во многих регионах планеты, и эффекты насыщения на многих рынках, и краткий жизненный цикл успешно продаваемых товаров и т.д., и т.п..

Одновременно человечество встречает современное неравновесное развитие социумов мало подготовленным, так как имеющийся когнитивно-познавательный (в том числе, и математический) аппарат «хомо сапиенсов»: например, инструментарий нелинейных дифференциальных уравнений или дифференциальной теории игр мало эффективен в том смысле, что требует колоссальной и весьма затратно емкой (капитало-, время, ресурсоемкой) подготовки и потому доступен лишь малому числу высококвалифицированных специалистов в то время, как всеохватность «неравновесности» в современном мире требует умений адекватно действовать от крайне большого числа лиц. Именно такой когнитивно-познавательной технологией может, не только на мой взгляд, стать парадигма комплексных адаптивных систем, которая и не требует грандиозных затрат на ее освоение (в чем-то она сродни жизненной мудрости) и позволяет адекватно решать вопросы современности, связанные с возросшей неопределенностью и нестабильностью динамики развития большинства социальных (и экономических) процессов.

2. Особенности парадигмы кас

Парадигма кас ставит следующие актуальные для практически любого современного человека вопросы: «Как действовать в мире, в котором существует и действует множество взаимодействующих друг с другом и адаптирующихся друг к другу «игроков» (агентов) различных типов? Как действовать в мире, в котором нет стабильности, а будущее эмергентно и, следовательно, крайне трудно предсказуемо? И не только ставит эти вопросы, но и пытается дать на них ответ, конструируя из «кубиков» (элементов) нового понимания: а) разнообразия (многообразия), б) взаимодействия (динамики) и в) отбора (селекции), – следующий постулат: многообразные агенты различных типов используют свои стратегии при взаимодействии друг с другом и с артефактами, осуществляя на основе оценок продуктивности полученных результатов использования стратегий отбор агентов и/или стратегий при помощи допускающего ошибки копирования и рекомбинирования, что ведет к изменению частоты типов внутри системы, или в самом общем виде:

$$A_{t+1} = f(A_t, E_t)$$

$$E_{t+1} = g(A_t, E_t),$$

- здесь A_t и E_t – многомерные t -го периода матрицы характеристик агентов и окружающей среды соответственно.

С помощью различных модификаций кас можно ответить на множество как теоретических, так и имеющих конкретное прикладное значение вопросов, дать формализованное представление культуры, войн и торговли, без ущерба для реально действующих организаций протестировать в своего рода виртуальной реальности различные стратегия управления ими и т.д. Именно поэтому комплексные адаптивные системы являются в настоящий момент предметом активного интереса самой широкой научной общественности в ведущих научных центрах мира.

3. Возможные применения кас в экономических науках

Возможности применения кас в экономических науках также крайне многообразны и, часто, крайне важны: иллюстрацией последнего факта может служить следующая деталь – мировой финансово-экономический кризис 1997-98 гг., разразившийся через год после того, как на основе парадигмы кас в одном из ведущих североамериканских центров анализа кас были протестированы различные варианты развития виртуального рынка ценных бумаг в условиях жесткой турбулентности, по всей видимости не нанеся особого вреда знавшим о результатах проведенного анализа заинтересованным организациям. В целом, возможности приложения кас в экономических науках варьируются от «bottom-up» моделирования рыночных процессов на основании обучения и эволюции поведенческих норм различных экономических агентов, от моделирования возникновения экономических организаций и сетей экономической

кооперации, до создания моделей адаптивных экономических агентов для автоматизированных рыночных процессов и проведения экспериментов с реальными и смоделированными адаптивными экономическими агентами в агентно-базируемых экономико-вычислительных лабораториях, в которых можно моделировать не только рынки (к примеру, финансовые рынки, рынки электроэнергии, рынки трудовых ресурсов и т.д.), но и целые региональные экономики.

Применение геостатистики и пространственной эконометрики в экономике⁸

Сидоренко Владимир Николаевич

молодой ученый

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: v_sidorenko@mail.ru

В экономической науке долгое время основное внимание уделялось анализу экономических объектов либо в статике, либо в динамике во времени. При этом во многих случаях предполагалось, что данные экономические объекты не изменяют своего положения или не взаимодействуют в пространстве (географическом или экономическом). Бурное развитие геоинформационных технологий, начавшееся с 1980-х гг., привело к появлению геостатистики и пространственной эконометрики, которые на первых порах использовались в основном географами и геологами, и только в последние несколько лет стали все чаще использоваться экономистами, изучающими особенности регионального развития с учетом пространственной корреляции между показателями, характеризующими экономические объекты, о чем свидетельствует растущее количество публикаций в зарубежных научных изданиях, в особенности посвященных исследованию пространственных и иных экстерналий. К сожалению, в России в экономической литературе подобного рода публикации почти не встречаются. В данной работе автором предпринята попытка восполнить этот пробел.

В настоящее время геостатистика и пространственная эконометрика опирается на ключевое понятие пространственной взаимосвязи между исследуемыми объектами, которая задается в виде матрицы смежности или матрицы пространственных весов $W_{n \times n}$, где n – количество рассматриваемых объектов. Данная матрица задается на основе информации об общих границах между полигональными (площадными) объектами или на основе информации о наличии и величине связи между точечными объектами, или центрами полигональных объектов. В настоящее время не существует единого способа задания матрицы пространственных весов (существуют такие методы составления матрицы W , как метод ладьи или метод слона, применяемые для полигональных объектов, имеющих общие границы; различные методы, основанные на удаленности, применяемые для точечных взаимосвязанных объектов, такие как метод удаленности на определенное расстояние, или метод k ближайших соседей; комплексные методы, учитывающие и границы и удаленность, такие как метод социального расстояния или метод Клифф-Орда).

Основными направлениями использования геостатистики и пространственной эконометрики в экономике могут быть:

1) экономико-статистический анализ различных экономических показателей с учетом пространственной корреляции между экономическими объектами. Для этого используется ряд пространственных статистик, выявляющих степень пространственной автокорреляции экономических объектов: 1) глобальные статистики, вычисляемые по всем объектам (например, регионам), такие как I -статистика Морана, C -статистика Жира, G -статистика Гетиса, r -статистика Бесага и Ньюела; 2) локальные статистики, вычисляемые только для объектов, удаленных от заданного на некоторое расстояние,

⁸ Работа выполнена в рамках гранта РГНФ № 05-02-02311а.

такие как локальные I -статистика Морана и C -статистика Жира (LISA), локальная G -статистика Гетиса, I -статистика Бесага и Ньюела, статистика Турнбулла.

2) эконометрический анализ структурированных (cross section) или панельных данных с учетом пространственной и временной корреляции между экономическими объектами. Для этого используется ряд пространственных эконометрических моделей: 2) регрессионные одновременные модели для структурированных данных с учетом пространственной автокорреляции, такие как модель одновременной пространственной авторегрессии (SAR), модель условной пространственной авторегрессии (CAR) и др.; 2) модели временных рядов с учетом пространственной и временной автокорреляции, так как SARIMA и др., 2) модели для панельных (пространственно-временных) данных с учетом пространственной и иной автокорреляции, так как SSUR и др.

В качестве примера автором был рассмотрен ряд макроэкономических моделей с использованием пространственных эконометрических моделей следующих типов:

- 1) классической линейной модели множественной регрессии $Y = X\beta + \varepsilon$, в которой ε удовлетворяет всем условия теоремы Гаусса-Маркова;
- 2) модели одновременной пространственной авторегрессии $Y = X\beta + \rho WY + \varepsilon$, где матрица W – матрица сопряженности, построенная по методу ладьи, а ε удовлетворяет всем условия теоремы Гаусса-Маркова;
- 3) модель одновременной пространственной авторегрессии ошибки $Y = X\beta + \varepsilon$, где $\varepsilon = \lambda W\varepsilon + u$, а u удовлетворяет всем условия теоремы Гаусса-Маркова.

Оценка указанных моделей проводилась методом максимального правдоподобия, а выбор в пользу той или иной модели производился при помощи R^2 (статистики $F = [R^2/k]/[(1-R^2)/(n-k-1)] \sim F(k, n-k-1)$, где k – количество объясняющих переменных, используемой для проверки нулевой гипотезы $H_0: \beta = 0$, а также t -статистики для проверки статистической значимости отдельных коэффициентов β_k).

Для модели второго типа для проверки $H_0: \rho = 0$ использовался LR -тест и LM -тест $(LM(lag) = [e^T WY / (e^T e / n)]^2 / [(WX\hat{\beta}_{OLS})^T MWX\hat{\beta}_{OLS} / (e^T e / n) + tr(W^T W + W^2)]) \sim \chi^2(1)$, где $\hat{\beta}_{OLS}$ – оценки коэффициентов β , а $M = E - X(X^T X)^{-1} X^T$, где E – единичная матрица).

Для модели третьего типа для проверки нулевой гипотезы $H_0: \lambda = 0$ использовались глобальная статистика Морана ($I = e^T W e / e^T e \sim N(\mu_1, \sigma_1^2)$) и LM -тест $(LM(err) = [e^T W e / (e^T e / n)]^2 / tr(W^T W + W^2)) \sim \chi^2(1)$.

Проведенные оценки показали, что выбранные макроэкономические показатели подвержены пространственной автокорреляции (по глобальной I -статистике Морана), а также что регрессионные модели с учетом пространственной автокорреляции (упомянутые выше модели второго и третьего типа) описывают зависимость между переменными лучше, чем классические регрессионные модели.

Эконометрический анализ детерминант доходов преподавателей ряда экономических вузов Москвы

Сидоренко Владимир Николаевич, Лукаш Евгений Николаевич

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: v_sidorenko@mail.ru

В связи с проведением реформы российского высшего образования исследование структуры доходов преподавателей вузов представляется весьма актуальным.

Сбор информация о доходах является чрезвычайно трудной задачей. Данные, которыми мы располагаем, в силу своей неполноты не достаточны для разработки адекватной модели, позволяющей описать механизм формирования заработков

работников высшей школы. По этой причине в работе решается более скромная задача – из имеющегося списка переменных выбрать факторы, оказывающие наиболее сильное влияние на уровень дохода.

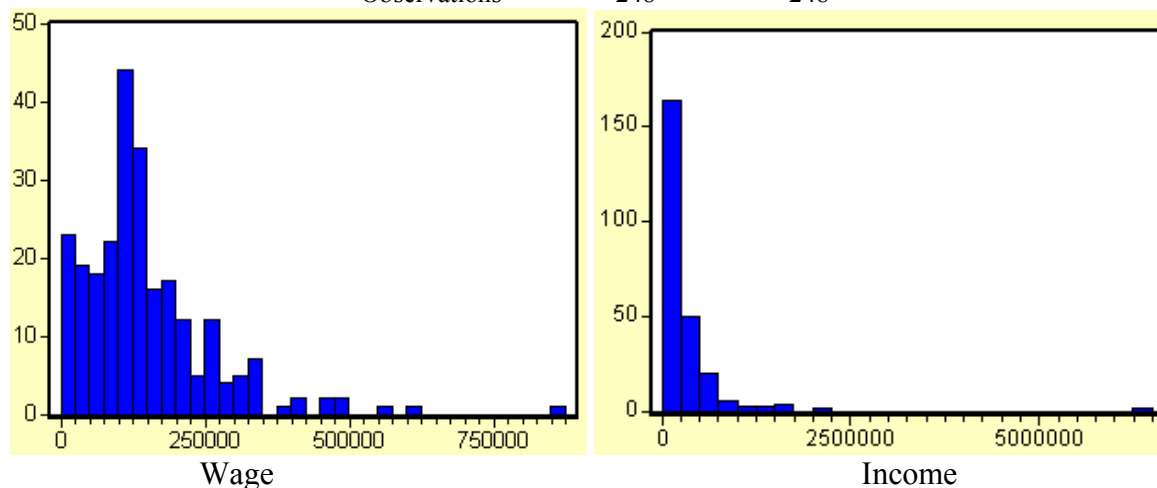
На примере одного из экономических вузов Москвы были рассмотрены данные о зарплатах профессорско-преподавательского состава. Выборка состояла из 249 наблюдений, характеризующихся такими показателями как должность; возраст (YEAR), т.е число полных лет; пол (SEX); годовой доход (WAGE), полученный в данном вузе, общий годовой доход преподавателя (INCOME), включающий заработки в других местах работы, и др.

Для проведения регрессионного анализа введены в рассмотрение следующие фиктивные переменные: STPREP, ASPROF, PROF, принимающие значение 1, если работник является, соответственно, старшим преподавателем, доцентом или профессором и 0 в противных случаях); DEGREE (степень) и STATUS (звание), BUSINESS (1, если работник занимается бизнесом); ADMIN (1, если преподаватель занят на административной работе в вузе); REPETE (1 – занимается репетиторской деятельностью); SOVMES (1 – является совместителем); WORK (1, если сотрудник имеет дополнительные источники заработка).

Рассчитывается переменная DOPINCOME – величина дохода, полученного вне основного места работы.

Ниже представлены описательные статистики и гистограммы указанных показателей.

	Income	Wage
Mean	300111.3	147525.2
Median	183483.9	123228.6
Maximum	6262650.	863069.8
Minimum	1721.340	1721.340
Std. Dev.	472900.6	113815.1
Observations	248	248



Отметим, что медианный возраст ассистентов составляет 31 год, преподавателей – 35, старших преподавателей – 40 лет, доцентов – 50 лет, профессоров – 60 лет, младших научных сотрудников - 31 год, научных сотрудников – 44 года, старших научных сотрудников – 52 года, ведущих научных сотрудников – 54 года, главных научных сотрудников – 68 лет.

В результате проведенного анализа получена следующая модель доходов профессорско-преподавательского состава (см. табл. 1).

Полученные оценки говорят о значимом влиянии на общий годовой доход таких факторов, как заработок по основному месту работы, возраст, занимаемая должность, работа по совместительству, выполнение административных функций по основному

месту работы, наличие дополнительных источников доходов (работа в других местах), занятие бизнесом.

Табл. 1

Dependent Variable: LOG(INCOME)				
Included observations: 249				
Excluded observations: 4				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8.652395	0.603264	14.34263	0.0000
LOG(WAGE)	0.300339	0.049852	6.024659	0.0000
YEAR	-0.014072	0.004061	-3.464758	0.0006
ASPROF	0.239691	0.136927	1.750495	0.0813
PROF	0.576542	0.167519	3.441663	0.0007
SOVMES	0.367705	0.168704	2.179587	0.0303
ADMIN	0.334453	0.105099	3.182283	0.0017
WORK	0.115462	0.020097	5.745206	0.0000
BUSINESS	0.457653	0.124347	3.680455	0.0003
R-squared	0.463785	Mean dependent var		12.19392
Adjusted R-squared	0.445911	S.D. dependent var		0.890597
S.E. of regression	0.662935	Akaike info criterion		2.051197
Sum squared resid	105.4760	Schwarz criterion		2.178334
Log likelihood	-246.3740	F-statistic		25.94767
Durbin-Watson stat	2.062691	Prob(F-statistic)		0.000000

Следует отметить, что среди всех вышеупомянутых факторов возраст работников вуза имеет отрицательное влияние на величину общего годового дохода.

Применение блочно-постоянных матриц для нахождения оптимальных смешанных стратегий в антагонистической игре и экономическое приложения

Скирда Роман Николаевич

студент

Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

E-mail: romanskirda@mail.ru

В экономических приложениях теории антагонистических игр возможны случаи, при которых матрица выигрышей может иметь большую размерность, что создает трудности при отыскании оптимальных стратегий. Одним из способов редуцирования матрицы игры является разбиение на блочно-постоянные матрицы. В каждой блочно-постоянной матрице суммы элементов по строкам равны и суммы элементов по столбцам равны. Для блочно-постоянных матриц справедлива теорема: если чистые стратегии

$$A_1, A_2, \dots, A_{n_1}; A_{n_1+1}, A_{n_1+2}, \dots, A_{n_2}; \dots; A_{n_{x-1}+1}, A_{n_{x-1}+2}, \dots, A_{n_x} \quad \text{и}$$

$$B_1, B_2, \dots, B_{k_1}; B_{k_1+1}, B_{k_1+2}, \dots, B_{k_2}; \dots; B_{k_{y-1}+1}, B_{k_{y-1}+2}, \dots, B_{k_y} \quad \text{входят в решение игры, т.е. входят в}$$

оптимальные смешанные стратегии с положительными вероятностями, то они входят в эти оптимальные смешанные стратегии с равными вероятностями. Вместо исходной матрицы можно взять матрицу, в которой вместо каждого блока берется среднее арифметическое каждого блока.

С начала 90-х в России стала бурно развиваться логистика, нацеленная на сокращение издержек, связанных не с производством, а с обслуживанием производства. На российском рынке появились сканеры штрих - кодов, комплексы этикетирования, терминалы сбора данных. Преимущества сканеров штрих - кодов по достоинству оценили крупнейшие розничные сети России. Они получили широкое распространение в силу очевидности их плюсов, дешевизны цены и сравнительной простоты производства. Именно поэтому иностранные фирмы, специализирующиеся на высоких технологиях в сфере мобильных компьютеров, предпочли сделать упор на сканеры – штрих - кодов.

Любое промышленное предприятие имеет склад для хранения готовой продукции. Если склад содержит большое количество товаров, и используется интенсивно, и по площади превышает 600 м², то расходы на содержание и обслуживающий персонал будут весьма весомы. На складах применяют терминалы сбора данных. Однако

терминалы сбора данных являются относительно дорогими по отношению к сканерам штрих – кодов.

Рассмотрим ситуацию по продажам терминалов сбора данных, которая сложилась в Москве в конце 90-х годов. В Москве были представлены два лидера Symbol и Psion Teklogix, остальные компании, например Intermec, не имели существенных продаж. Обе компании Symbol и Psion Teklogix заинтересованы в повышении своих продаж терминалов сбора данных и снижения продаж конкурента. Конкурируя в Москве, они отслеживают действия друг друга. Только один из них начинает предлагать свою продукцию крупному предприятию, как другой начинает делать то же самое, и в таких случаях нередко устраиваются тендеры. Каждая из фирм имеет, по крайней мере, две цели: увеличить свои продажи и перехватить клиента у конкурента, таким образом, ситуацию можно считать антагонистической (предприятия имеют разные цели и в некоторых ситуациях имеют противоположные цели, т.к. стараются не допустить продаж конкурента из-за возможного повышения репутации конкурента).

Однако со временем происходит насыщение рынка и фирмы должны расширять географию своей деятельности. Но так как они предлагают специфический товар, то автоматически накладываются ограничения. Их товар будет востребован только в крупных городах, где много промышленных предприятий. Фирмы проведут рекламные кампании в городах и в тех, где будет выявлен наибольший спрос, откроют представительства. Количество городов ограничено, количество рекламных кампаний так же ограничено бюджетом. Поэтому стратегией каждой из фирм будет вектор. Число позиций в векторе – это число городов. На каждой позиции стоит число, которое говорит о том, сколько рекламных кампаний будет проводиться в городе.

В итоге матрица игры будет блочно-постоянной. Проводя рекламную кампанию они будут предлагать продукцию одним и тем же предприятиям и следовательно будут делить «выигрыш» между собой. Под выигрышем можно понимать как показатель охвата рынка, так и абсолютные прибыли. Обе компании имеют большой опыт освоения рынков и соответственно могут спрогнозировать свои выигрыши. В силу того, что Psion Teklogix специализируется на терминалах сбора его выигрыши будут выше.

Получившаяся матрица будет обладать большой размерностью, например если рассмотреть 4 города и 3 рекламных кампании, то число стратегий уже 20. Поэтому редуцируем матрицу игры согласно вышеупомянутой теореме, что существенно облегчает задачу поиска решения игры в оптимальных смешанных стратегиях.

Литература

1. Лабскер Л.Г., Бабешко Л.О. Игровые методы в управлении экономикой и бизнесом. М.: Дело, 2001.
2. Льюис Р.Д., Райф Г. Игры и решения. М.: ИЛ, 1961.
3. Давыдов Э.Г. Методы и модели теории антагонистических игр. М.: Изд-во МГУ, 1978.
3. интернет-сайты: <http://symbol.com/>, <http://psionteklogix.com/>, <http://intermec.com/>.

Влияние пространственных экстерналий на экономический рост

Смирнов Владислав Юрьевич, Сидоренко Владимир Николаевич

студент, молодой ученый

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: vladsmrnv@mail.ru; v_sidorenko@mail.ru

В исследованиях по экономическому росту обычно не рассматривается взаимозависимость регионов, будь то страны или отдельно взятые субъекты более крупного административного образования. Однако, надо полагать, что при использовании методов пространственной эконометрики в моделях оценки роста экономики региона, темп роста «соседей» будет сказываться и на темпе роста данного региона.

Цель данной работы – показать, что темп роста региона коррелирует с темпами роста соседних с ним регионов. Исходными данными при расчетах являются значения ВРП субъектов РФ за период с 1996 по 2003 г. Актуальность данной работы обусловлена тем, что прежде не проводилось ни одного подобного исследования для России.

В работе оцениваются две модели:

1. В случае значимости пространственного фактора, имеет место пространственная корреляция – используется модель пространственной авторегрессии (SAR):

$$y_{it} = \alpha + \rho W y'_{it} + \beta x'_{it} + \varepsilon_{it}, \quad \text{где } W \text{ – матрица весов, отражающая}$$

пространственные связи, y_i – темп роста ВРП i -го региона, ρ – коэффициент пространственной авторегрессии, X – набор независимых переменных.

2. В случае пространственной корреляции ошибок – модель пространственного скользящего среднего (SMA): $y_{it} = \alpha + \beta x'_{it} + \varepsilon_{it}$, где $\varepsilon_{it} = \lambda W \varepsilon'_{it} + \mu_{it}$, что дает

$$y_{it} = \alpha + \beta x'_{it} + (1 - \lambda W)^{-1} \mu_{it}.$$

В качестве производственной функции, взята традиционная модель Кобба-Дугласа (в которой, все переменные берутся в расчете на душу населения региона):

$$y_{it} = k_{i,t}^\alpha n_{i,t}^\varphi Q_{i,t}^{1-\alpha-\varphi}.$$

Зависимости экономического роста от факторов ее определяющих были широко изучены и описаны в литературе. Так, первоначальный и человеческий капиталы, инвестиции, развитость инфраструктуры и институтов – в различной степени влияют на темпы экономического роста. Однако, эмпирические исследования влияния географических факторов на темпы роста начались только недавно.

Некоторые авторы, например, Сачес и Ворнер [1]; Галлуп, Сачес и Миллинджер [2]; Холл и Джонс – в свои работы по изучению факторов, влияющих на темпы экономического роста, включали: климат, расстояние до экватора, особенности ландшафта, широту на которой располагается данный регион, площадь региона.

Морено и Трехан [3] пытались определить, имеет ли местоположение значение на экономический рост. Они показывают, что на темп роста страны влияют темпы роста соседних стран. Барро совместно с Салом-и-Мартином [4] измеряли экономические эффекты от соседних стран, добавляя к уравнению экономического роста данной страны ВВП на душу населения соседних стран.

Рей и Монтоури [5] исследовали пространственную зависимость ВВП на душу населения в течение 1929–1994 гг. в США, используя пространственный эконометрический анализ. Авторы обнаружили сильные глобальную и местную пространственные автокорреляции, и показали, что величина пространственных эффектов значительна и положительно коррелирована с ВРП.

Методы пространственной эконометрики все больше находят применение при анализе роста европейских регионов. Фингелтон [6] исследовал определяющие факторы производительности 178 регионов европейского содружества. Он показал, что результатом аккумуляции капитала стал переток технологий, что вызвало значительные межрегиональные внешние эффекты. Гарча ла Вега и Херс изучали зависимость между торговлей и темпом роста ВВП в странах Европейского Союза и обнаружили, что процесс интеграции стран увеличил объемы торговли, особенно между соседними странами, при этом торговля выступала в роли фактора взаимозависимого роста.

Торговля, также может выступать своеобразным фактором темпа экономического роста. Торговые соглашения между соседними странами, например, Европейское

экономическое сообщество, Северо-Американское соглашение о свободной торговле, несомненно, положительно сказываются на увеличении объемов ввозимых или вывозимых из страны товаров. Перемещение технологий между соседними странами, может быть также важно. Согласно Чикконе Антонио [7], уровень технологий не может зависеть только от технологических возможностей в данной стране, но и зависит от технологического уровня в соседних странах.

Литература

1. Sachs and Warner ("Natural Resources Abundance and Economic Growth", NBER Working Paper No. 5398. 1995.)
2. Gallup, Sachs and Mellinger ("Geography and Economic Development", International Regional Science Review, 22 (2), pp. 179-232. 1999.)
3. Moreno Ramon and B. Trehan. 1997. "Location and the Growth of Nations", Journal of Economic Growth, 2 pp. 399-418.
4. Barro Robert and X. Sala-i-Martin. 1995. Economic Growth, Mac-Graw Hill Inc.
5. Rey Sergio J. and B. D. Montouri. 1999. "US Regional Income Convergence: A Spatial Econometric Perspective," Regional Studies, Vol.33 (2), pp. 143-156.
6. Fingleton Bernard. 1999. "Regional Economic Growth and Convergence: Insights from a Spatial Econometric Perspective", manuscript University of Cambridge.
7. Ciccone Antonio ("Externalities and Interdependent Growth: Theory and Evidence," University of California at Berkeley and Univeritat Pompeu Fabra. Download from Social Science Electronic Publishing, Social Science Research Network. 1996.)

Моделирование эффектов интеграции в экономические объединения

Ткачук Александр Владимирович, Попко Денис Валериевич

студент

Киевский национальный университет им. Т.Г.Шевченко, Киев, Украина

E-mail: jugulato@carrier.kiev.ua

В настоящее время, в условиях глобализации мировой экономики, растет значение региональных экономических объединений – Европейский союз, Ассоциация стран Юго-Восточной Азии, НАФТА и многие другие. Мировая практика показывает, что интеграция в региональные экономические объединения может приносить как очевидные экономические преимущества, так и оказывать определенные негативные влияния на развитие национальной экономики. В связи с этим возникает задача количественной оценки эффектов интеграции в экономические объединения. С этой целью мы разрабатываем общую эконометрическую модель интеграции в среднесрочной перспективе.

Мы выделяем следующие основные эффекты интеграции в региональный общий рынок:

- Торговые эффекты: отказ от существующих импортных тарифов и торговых ограничений
- Движение факторов производства: потоки прямых иностранных инвестиций и миграция рабочей силы
- Развитие человеческого потенциала
- Возможные потери от интеграции: уменьшения тарифных поступлений в госбюджет, повышение уровня цен

Анализируя влияние процесса интеграции на факторы экономического развития, мы рассматриваем общую схему взаимосвязей между основными социально-экономическими показателями страны-кандидата на макроуровне. Далее мы разрабатываем экономико-математическую модель интеграции в экономическое объединение. В общую эконометрическую модель включаются уравнения регрессии для прогноза следующих показателей:

- *Двусторонний товарооборот между страной-кандидатом на присоединение в экономическое объединение и странами-участниками.* Прогнозы двустороннего товарооборота мы получаем на основе гравитационной модели внешней торговли [1]. Для страны-кандидата и каждой из стран-участников мы рассчитываем индекс двусторонних торговых ограничений как оценку влияния на объемы торговли торговых пошлин, квот и издержек на доставку.
- *Потоки прямых иностранных инвестиций в страну-кандидат и страны-участники экономического объединения.* При оценке модели прогноза инвестиций, мы определяем рейтинг инвестиционной привлекательности страны-кандидата относительно стран-участников и анализируем его изменение в случае присоединения страны-кандидата в экономическое объединение.
- *Индекс человеческого развития в условиях интеграции.* На основе регрессионного анализа для различных блоков стран и различных временных интервалов мы устанавливаем существенную причинную связь между развитием человеческого потенциала и такими показателями эффектов интеграции, как объемы товарооборота и потоки прямых иностранных инвестиций.
- Валовый внутренний продукт на душу населения в стране.
- Индекс потребительских цен.

В качестве иллюстрации разработанной нами методики эконометрического анализа мы рассматриваем и анализируем эффекты возможной интеграции Украины в Европейский Союз. При этом мы определяем прогнозные значения приведенных социально-экономических показателей на период 2005-2008 гг. для двух сценариев развития:

1. Сценарий развития Украины вне экономических объединений.
2. Определение потенциального уровня анализируемых показателей в случае вступления Украины в Европейский Союз. При построении эконометрической модели используются статистические данные МВФ, ОЭСР, Евростата для 25 стран ЕС и Украины за 1994–2003 годы.

Сравнение двух сценариев развития для Украины дает возможность количественно оценить позитивные и негативные эффекты интеграции в Европейский Союз. Так, по прогнозам построенной модели, к 2008 году потенциальные значения ВВП на душу населения Украины по сценарию интеграции превысят соответствующие значения по сценарию развития вне экономических объединений на 28 %, в то время как среднегодовые темпы долларовой инфляции в 2005-2008 гг. повысятся с 4,2 до 5,4 %.

Соответственно мы указываем ориентиры дальнейшего макроэкономического регулирования для усиления позитивных и ограничению негативных последствий интеграции.

Литература

1. Helpman, E. and Krugman P.R. 1985. Market Structure and Foreign Trade: Increasing Return, Imperfect Competition, and International Economy. Cambridge, USA.

Оптимизация числа выездных налоговых проверок

Тулемисов Хасан Муратбекович

студент

Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

E-mail: asantulemisov@gmail.com

Одной из форм налогового контроля является налоговая проверка. Различают два основных вида налоговых проверок — камеральные и выездные. Камеральная проверка несет обязательный характер и заключается в проверке документальных данных, представленных налогоплательщиком, в качестве оснований для исчисления и уплаты

налога. Целью выездной налоговой проверки является определение соответствия этих данных фактическим. Так как в большинстве случаев результаты проверки предугадать невозможно, а в силу ограниченных ресурсов и времени, проверять всех налогоплательщиков нерационально, актуальным является оптимизация стратегий проведения выездных проверок по критерию максимума суммы налоговых поступлений за вычетом затрат на их проведение.

Рассмотрим задачу налогоплательщик – налоговый орган с позиции «теории игр». Будем считать, что мы имеем дело с недобросовестным налогоплательщиком, цель которого состоит в том, чтобы избежать уплаты налога с полученной прибыли, и налоговым органом, целью которого является, наоборот, - обеспечить получение всего объема причитающихся поступлений. Решение задачи распадается на 2 этапа: на первом этапе рассмотрим вопрос максимизации налоговых поступлений (доначислений) по результатам выездной налоговой проверки, а на втором – минимизации затрат на такие проверки.

Этап 1. Пусть игрок A – налогоплательщик, игрок B – налоговый орган. Игра является парной, так как участвуют 2 игрока, и антагонистической, так как их цели противоположны. Стратегии игрока A : $A1$ - платить налоги полностью; $A2$ - скрывать часть прибыли от налогообложения; $A3$ – скрывать всю прибыль. Стратегии игрока B : $B1$ - провести выездную проверку хозяйственной деятельности предприятия; $B2$ - не проводить такую проверку. Пусть x – величина прибыли, полученной налогоплательщиком; y – величина прибыли, которую он собирается продекларировать; c – затраты на проведение выездной проверки; i – процентная ставка налога на прибыль; l – ставка штрафа, налагаемого на непродекларированные суммы налога, причем $i > 0$, $l > i$ и y больше либо равно 0 , но меньше либо равно x . Тогда, взяв в качестве выигрыша сумму, подлежащую уплате игроком A игроку B , со знаком минус, можно составить платежную матрицу A , которая примет вид:

Стратегии	$B1$	$B2$
$A1$	$-ix$	$-ix$
$A2$	$-iy-l(x-y)$	$-iy$
$A3$	$-lx$	0

Требуется найти оптимальную стратегию игрока B в смысле максимума налоговых поступлений. Найдем решение данной задачи «графическим методом» [1]. Пусть $k1$ - вероятность, с которой игрок B выберет стратегию $B1$; $k2$ - вероятность, с которой игрок B выберет стратегию $B2$. Причем $k1, k2$ больше, либо равно 0 и $k1 + k2 = 1$. Пусть $k2 = q$, тогда $k1 = 1 - q$ (1). По алгоритму « B » [1] построим график (рис.1).

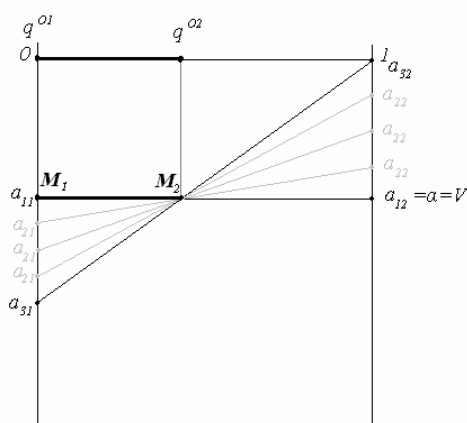


Рис. 1

Дадим геометрическую интерпретацию этой игры. Минимальные точки верхней огибающей заполняют отрезок $[M1, M2]$, где $q01 = 0$, а $q02 = (-lx+ix)/((-ix-lx) - (-ix)) = (l-i)/l$ (с учетом формулы $q02 = (a31-a11)/((a12+a31) - (a11+a32))$ [1]). Цена игры V равна ординате точек M на отрезке $[M1, M2]$: $V = -ix$. Это означает, что, придерживаясь стратегии $Q = (1-q, q)$, где q принадлежит множеству $[0; (l-i)/l]$, игрок B обеспечивает себе проигрыш не больший, чем $-ix$, или другими словами, выигрыш не меньший, чем ix . Стратегии $Q01 = (1-q01, q01) = (1, 0)$ и $Q02 = (1-q02, q02) = (i/l, (l-i)/l)$ являются крайними оптимальными стратегиями. Проанализируем полученный результат. Осуществляя выездную проверку с вероятностью $k1$ равной от i/l до 1 , включительно, налоговый орган обеспечивает себе объем поступлений, равный ix .

Этап 2. Рассмотрим эту задачу с позиции минимизации затрат. Если налоговый орган выберет крайнюю стратегию $Q01$ его затраты на выездные налоговые проверки составят c , если $Q02$, - соответственно ci/l . По условию $i < l$, отсюда $i/l < 1$. Отсюда, затраты на выездную проверку для обеспечения налоговых поступлений в размере ix будут находиться на отрезке $[ci/l, c]$. Крайняя оптимальная стратегия $Q02 = (i/l, (l-i)/l)$ будет оптимальной по выбранному ранее критерию, поскольку обеспечит максимизацию налоговых поступлений и минимизацию затрат на их проведение. Число проверок при этом составит $Nonpt = iNobu/l$, где $Nobu$ – общее число возможных проверок (совпадает с числом налогоплательщиков).

Пример. Количество малых предприятий в РФ на 1 июля 2002 года составило 878 тысяч [2]. Ставка налога НДС – 13%, ставка штрафа – 40% от укрытых доходов [3]. Налогоплательщики обязаны: в течение четырех лет обеспечивать сохранность данных бухгалтерского учета и других документов, необходимых для исчисления и уплаты налогов, а также документов, подтверждающих полученные доходы (для организаций - также и произведенные расходы) и уплаченные (удержанные) налоги [3]. Допустим, что число предприятий в течение 4 лет осталось неизменным, тогда оптимальное количество налоговых проверок в год будет равно $Nonpt = (13/40)(878000/4) = 71338$. Исходя из этого показателя, можно рассчитать оптимальное количество рабочих мест, продолжительность рабочего дня и т.п.

Таким образом, при заданной системе пропорций, оптимальной оказалась смешанная стратегия налогового органа, при которой он должен осуществлять выездную проверку с вероятностью i/l . Данная формула может быть полезна в планировании налогового контроля и позволит значительно снизить издержки по контролю за уплатой налогов. Ее применение на практике должно позволить минимизировать затраты на налоговые проверки при фиксированном налоговом задании.

Литература

1. Лабскер Л.Г., Бабешко Л.О. Игровые методы в управлении экономикой и бизнесом. М., 2001.
2. Госкомстат России. Малое предпринимательство России, 2004. М., 2004.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации. М., 2004.

Анализ существования долговой кривой Лаффера в России и странах ЦВЕ

Туманов Андрей Анатольевич

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: tumanov@caravan.ru

В последнее время в связи с высокими ценами на нефть и положительным платежным балансом перед российскими властями практически не стоит проблема осуществления своевременных платежей по внешнему долгу, как это было в середине 1990-х годов. Наоборот, Россия предпринимает попытки осуществить досрочное погашение долга, предполагая тем самым сэкономить ресурсы на процентных выплатах.

При сложившихся благоприятных обстоятельствах проблема выявления и формулировки условий, при которых Россия может рассчитывать на списание части долга, остается открытой и малоизученной, особенно в теоретическом плане. Формальным обоснованием существования ситуаций, когда списание долга оказывается выгодно не только заемщику, но и кредитору, является концепция долговой кривой Лаффера [5]. Теоретической основой построения моделей зависимости объемов долговых выплат от накопленного долга является идея о том, что высокий объем долга выступает в роли дополнительного налога на доходы страны, который сокращает будущие возможности по осуществлению выплат. Это означает наличие нелинейной связи между рыночной стоимостью долга и его номинальным объемом.

Эмпирические исследования, использующие рыночную стоимость долга (см. [2, 3, 4, 8] и др.), не обнаружили существенного распространения явления «долгового навеса» на практике. Отчасти это связано с техническими проблемами получения необходимых для оценки данных ([7]). Так, не для всех типов долгов существует вторичный рынок - это, например, оформленные в виде правительственных соглашений долги странам, входящим в Парижский клуб кредиторов. Согласно Агенору, «...если страна находится на убывающем участке долговой кривой Лаффера, то снижение объемов долга приведет к увеличению фактических выплат» [1, стр. 599]. Используя данное необходимое условие существования долговой кривой Лаффера можно определить те значения объемов накопленного долга, при которых оно будет справедливо для России. На практике статистика объемов выплат по долгу является гораздо более доступной, чем его рыночная стоимость (см., например, [9]).

Автором проведен эконометрический анализ выполнимости сформулированного выше необходимого условия для 27 стран Центральной и Восточной Европы и Средней Азии за период 1990-2002 годов. К сожалению, короткий временной ряд не позволил провести оценку только для России. В данной работе были рассмотрены различные группировки стран, как по уровню доходов и задолженности, так и полученные методом кластерного анализа. Были использованы данные официального издания Всемирного Банка «World Development Indicators 2004».

Проведенный анализ не выявил убедительных доказательств того, что для группы стран, в которую входит Россия, выполняется необходимое условие существования долговой кривой Лаффера. Это означает, что осуществление процедур по списанию долга, которое является теоретически выгодным для всех сторон сделки, на практике достаточно проблематично из-за отсутствия явных свидетельств выгод для кредиторов. В соответствии с моделью осуществленное в России в 1998 г. в ходе реструктуризации внешнего долга списание части долга не может быть объяснено чрезмерным долговым бременем, т.к. Россия не находилась на убывающем участке долговой кривой Лаффера. Анализ подтвердил значимость международных резервов страны и их положительное влияние на объемы выплат по внешнему долгу. Данный показатель оказался значимым на 5% уровне, а коэффициент при нем – положительным во всех рассмотренных моделях.

Открытость экономики, измеряемая как сумма экспорта и импорта в процентах от ВВП, положительно влияет на объемы выплат по внешнему долгу, т.к. доходы от экспорта являются основным источником валюты для осуществления платежей по внешнему долгу. В большинстве рассмотренных моделей этот показатель оказался значимым, а коэффициент всегда был положителен.

Увеличение доли долгосрочного долга, как и ожидалось, ведет к увеличению объемов выплат по долгу, т.к., как правило, отражает улучшение управления внешним долгом и увеличение доверия со стороны кредиторов (снижение уровня рисков, учитываемых в процентах по долгу).

Анализ моделей свидетельствует о том, что страны бывшего СССР, в среднем, осуществляют меньший объем выплат по долгу. Это связано с более льготными

условиями заимствований, сделанных в период 1990-х годов. Кроме того, Россия, являясь правопреемницей СССР, унаследовала и ее долги, которые постепенно выплачивает.

В последние годы «долговой навес» все чаще рассматривается как ситуация, в которой долг оказывает дестимулирующее влияние на экономический рост. Никаких дополнительных условий о том, что списание долга должно быть выгодно как должнику, так и кредиторам не накладывается. Так, в работе [6] был проведен межстрановой статистический анализ критического уровня долга, превышение которого вызывает снижение темпов экономического роста. Авторы нашли эмпирическое подтверждение существованию нелинейной зависимости между объемами накопленного долга и темпами экономического роста: влияние долга на рост становится отрицательным при превышении объемов долга значения в 160–170% от экспорта или 35–40% от ВВП. По их оценкам, предельный эффект становится отрицательным при объемах долга, превышающих, в среднем, 80-85% экспорта или 17-20% ВВП.

Если применить данные результаты к России, то получается, что начиная с 1995 года предельный эффект от увеличения объемов внешнего долга был отрицательным, а перед и в период финансового кризиса (1997 – 1999 гг.) внешний долг оказывал отрицательное влияние на рост. В этой ситуации его списание могло стимулировать увеличение темпов экономического развития. Очевидно, что критические значения долга для отдельных стран могут различаться из-за действия специфических эффектов. Поэтому необходимо учитывать дополнительные факторы, влияющие на эффективность каналов взаимодействия долга и экономического роста.

Литература

1. Agenor, Pierre-Richard. 2000. Economics of Adjustment and Growth. Academic Press, Inc.
2. Claessens, Stijn. 1990. The Debt Laffer Curve: Some Estimates. World Development, 18, December, pp. 1671 – 7.
3. Claessens, Stijn, Ishac Diwan, Kenneth A. Froot, and Paul R. Krugman. 1990. Market-Based Debt Reduction for Developing Countries: Principles and Prospects. World Bank Policy Research Working Paper PRS16.
4. Koen, Vincent. 1990. Estimates of Debt-Relief Laffer Curve. Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, Mass.
5. Krugman, Paul. 1989. Market-Based Debt Reduction Schemes. In Analytical Issues in Debt, ed. by Jacob Frenkel, Michael Dooley, and Peter Wickham, IMF, Washington D.C.
6. Patillo, Catherine, Helen Poirson, and Luca Ricci. 2002. External Debt and Growth. IMF Working Paper 02/69, Washington, International Monetary Fund.
7. Perez-Benitex, Noel. 2003. An Estimation of the Debt Laffer Curve for Emerging Countries. Undergraduate Journal of Economics. April.
8. Purcell, J., and D. Orlanski. 1988. Developing Country Loans: A New Valuation Model for Secondary Market Trading. Salomon Brothers, Corporate Bond Research, International Loan and Trading Analysis, New York.
9. World Development Indicators. 2004. Worldbank Database.

**Математические модели Марковица, Келли и Шарпа
в задачах управления инвестиционным портфелем
Фёдоров Алексей Александрович**

соискатель

Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия

E-mail: New_Okela@mail.ru

В работе рассматриваются различные подходы для задач *синтеза оптимальных стратегий* управления портфелем ценных бумаг.

Первая математическая модель для нахождения оптимальной стратегии - модель *Марковица* [2,5] в динамике:

$$X^T(t)\hat{D}(t+1)X(t) \rightarrow \min_{X(t)}$$

при ограничениях

$$\begin{cases} X^T(t)e=1; X(t) \geq 0; \\ X^T(t)\hat{m}(t+1)=m^*(t+1). \end{cases}$$

Здесь $\hat{D}(t+1)$ - прогнозируемое на момент времени значение *дисперсионной матрицы доходностей*; $X(t) = (x_0(t), x_1(t), \dots, x_n(t))^T$ - вектор долей вложений капитала в ценные бумаги (в количестве $(n+1)$) или, другими словами, стратегия формирования портфеля на момент времени t , причем, $x_0(t)$ - доля вложений в безрисковую ценную бумагу; $e = (1, 1, \dots, 1)^T$ - вектор размерности $(n+1)$; $\hat{m}(t+1) = (\hat{m}_0(t+1), \hat{m}_1(t+1), \dots, \hat{m}_n(t+1))^T$ - вектор прогнозируемых доходностей ценных бумаг на момент времени $(t+1)$; $m^*(t+1)$ - желаемое значение общей доходности в момент времени $(t+1)$.

Второй подход управления портфелем основан на стратегии *Келли* [3,5,6]. В отличие от стратегии *Марковица*, данный подход *максимизирует доходность портфеля*. Формально, задача по поиску стратегии *Келли*, в общем виде имеет вид:

$$X^T(t)\hat{m}(t+1) \rightarrow \max_{X(t)}$$

при ограничениях

$$X^T(t)e = 1, x_i(t) \geq 0, i = 0, 1, \dots, n.$$

Подход *Шарпа* [4,5,6] представляет собой обобщение подходов *Марковица* и *Келли*. В соответствии с ним формально оптимальная стратегия управления портфелем, находится как решение задачи:

$$(1-\lambda)X^T(t)\hat{m}(t+1) - \lambda X^T(t)\hat{D}(t+1)X(t) \rightarrow \max_{X(t)}$$

при ограничениях

$$X^T(t)e = 1, x_i(t) \geq 0, i = 0, 1, \dots, n,$$

где $\lambda \in [0, 1]$ - весовой множитель критерия - *свертки*; $X(t) = (x_0(t), x_1(t), \dots, x_n(t))^T$ - искомый вектор долей вложений (стратегия формирования портфеля); T - знак транспонирования; $\hat{D}(t+1)$ - оценка дисперсионной матрицы доходностей на момент времени $(t+1)$; $\hat{m}(t+1) = (\hat{m}_0(t+1), \hat{m}_1(t+1), \dots, \hat{m}_n(t+1))^T$ - вектор оценок доходностей ценных бумаг на момент времени $(t+1)$, то есть прогнозируемые значения ожидаемых доходностей ценных бумаг.

Критерий в задаче Шарпа получен из двух частных критериев: *ожидаемой доходности* с весом $(1-\lambda)$ и *риском* с весом λ .

Параметр λ отвечает за предпочтение инвестора к одному из критериев, другими словами отношение к риску.

В статье исследуется *изменение структуры* оптимального портфеля в зависимости от *отношения инвестора к риску* (параметр λ), в зависимости от *доходности акций*, в зависимости от *дисперсии доходности акций*.

Литература

1. Рязанов Б. Теории портфельного инвестирования и их применение в условиях российского рынка // Рынок ценных бумаг, 1998, №2, с. 74-76.
2. Markowitz H.M. Portfolio Selection // Journal of Finance, 1952, №1, pp.77-91.
3. Kelly J.L. A new Interpretation of Information Rate // Bell System Technical Journal, 1956, №35, pp. 917-926.
4. Sharpe W.F. A simplified Model for Portfolio Analysis // Management science, 1963, Vol. 9, pp. 277-293.
5. Наумов А.А., Мезенцев Ю.А. Оптимальное управление инвестиционным портфелем. Новосибирск: Лада, 2002. с.192.
6. Наумов А.А., Ходусов Н.В. Управление портфельными инвестициями. Модели и алгоритмы. Новосибирск: ОФСЕТ, 2005. с.298.

Анализ стабильности структуры банковской системы России с использованием методов кластерного анализа

Черных Артем Андреевич

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: achern@mail.ru

Проблема стабильности банковской системы России на текущем этапе развития экономики страны занимает важное место среди наиболее актуальных вопросов. Это обусловлено, прежде всего, тем, что банковская система является одним из ключевых элементов рыночной экономики, эффективность и стабильность банковской системы во многом определяет степень развития экономики страны в целом. Обеспечение и поддержание стабильности банковской системы является одной из определяющих задач государства в области регулирования финансовой системы.

Задача изучения структуры банковской системы не является новой. Большинство исследователей тенденций развития банковской системы России пользуется методом группировки банков как вспомогательным инструментом. Однако способы классификации могут быть различными. По нашему мнению, применению статистических методов автоматической классификации в вопросе анализа банковской системы страны уделяется недостаточное внимание. При рассмотрении параметров функционирования сложного экономического объекта, в том числе и банковской системы, возникает несколько аспектов применения понятия стабильности системы. При анализе выделяют стабильность функционирования, стабильность развития и стабильность структуры системы. Каждый вид стабильности системы требует специальных методов оценки.

Под стабильностью структуры банковской системы по нашему мнению следует понимать приверженность элементов банковской системы (банков) определенной модели функционирования и неизменность этой приверженности в течение времени. Структура банковской системы определяется функциональными особенностями элементов банковской системы.

Методы разбиения банков на группы можно разделить на экспертные, эвристические и статистические.

Экспертная классификация основывается на мнении эксперта о принадлежности банка к определенной группе, сформированного на неформализованных данных (например, материалах прессы, практике взаимодействия с различными агентами и др.). Этот метод применим для разделения достаточно малого числа объектов, так как требует отдельного внимания эксперта к каждому объекту.

Эвристическая процедура заключается в построении формального критерия по определенному показателю с четко обозначенным пороговым значением. Выбор

критерия и пороговых значений осуществляется экспертным путем. Логическим продолжением этого метода являются рейтинги банков, где используются несколько показателей, объединенных в один методом взвешенного суммирования.

Статистические методы представлены методами автоматической классификации и факторного анализа.

Часто применяются формальные критерии. Распространенным способом является распределение банков по региональному признаку. Выделяют московские (банки Москвы и Московской области) и региональные банки. Также используются критерий участия государства и нерезидентов в капитале банка.

Наш анализ различных методов классификации банков и анализ зависимости характеристик банков от принадлежности к группам, построенным по наиболее распространенным в литературе экспертным и формальным алгоритмам, показал необходимость построения для целей проводимого исследования метода группировки банков в зависимости от функциональных особенностей с использованием алгоритма автоматической классификации.

Для анализа параметров структуры банковской системы России использовались ежеквартальные данные по балансам и отчетам о прибылях и убытках всех активно функционирующих банков за период с четвертого квартала 2001 года по второй квартал 2004 года. Под активно функционирующими банками понимались коммерческие банки с неотозванной лицензией, ненулевыми оборотами по счетам клиентов, долями доходных активов и привлеченных средств превышающими 5%, неотрицательным собственным капиталом. В среднем в рассматриваемую выборку попало около 1200 банков. Для получения анализируемых ежеквартальных характеристик банков было сначала проведено усреднение остатков на счетах второго порядка за 3 месяца, затем проведены группировки для получения аналитических характеристик банков.

В соответствии с общепринятым определением, коммерческий банк представляет собой коммерческую организацию, которая привлекает денежные средства юридических и физических лиц и от своего имени размещает их на условиях платности, возвратности и срочности (осуществляет финансовое посредничество), а также осуществляет расчетные, комиссионно-посреднические и иные операции.

Для дальнейшего анализа функционирование банков выражено следующими переменными: доля доходов от услуг в общих доходах банка, соотношение суммарных оборотов по счетам клиентов банка и валюты баланса банка и переменные, характеризующие направление финансового посредничества.

Для получения переменных, характеризующих направление финансового посредничества, был проведен факторный анализ по структурным переменным баланса. Исследовались доли активов и пассивов следующих контрагентов банков: банки, государство, нерезиденты, предприятия и физические лица.

Отдельным важным вопросом при проведении автоматического кластерного анализа является выбор количества кластеров. В нашем исследовании процедура определения количества кластеров была построена следующим образом: увеличение количества кластеров (начиная с 2) в расчетах проводилось до тех пор, пока внутриклассовая дисперсия не становилась меньше межклассовой по всем рассматриваемым показателям.

Кластеризация проводилась отдельно для каждого временного периода. Для получения единых центров кластеров проведена вторая итерация: кластерный анализ по центрам кластеров. Для оценки стабильности структуры используются следующие характеристики: динамика мер разброса значений по кластерам, количество банков в каждом кластере, матрицы перехода объектов из одного кластера в другой.

В результате проведенного исследования было получено 7 стабильных кластеров. В отдельные кластеры были выделены банки, которые специализировались на

проведении расчетов клиентов, оказании услуг, работе с государством, физическими лицами, нерезидентами, коммерческими банками и банки без четко выраженной специализации.

Продолжением исследования является изучение стабильности функционирования и стабильности развития банковской системы России с учетом стабильности структуры банковской системы.

Эволюционное моделирование динамики стратегий предприятий

Чижанов Сергей Олегович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: sergei_chizhanov@mail.ru

Теоретической основой комплексных моделей эволюции популяции предприятий, отражающих совокупность процессов генерации, отбора и диффузии среди агентов стратегий поведения, служит **интеграционная эволюционная теория**, объединяющая концепции исследования данных процессов на внутрифирменном, рыночном (т.е. межфирменном) и внерыночном (т.е. внешнем для рыночных процессов) уровнях. Структура модели нацелена на отражение как макроаспектов эволюции - внешней среды популяции и механизма функционирования актуальных для неё рынков, так и микроаспектов - действие механизмов внешнего и внутреннего давления на поведение предприятия. Инструментальной основой модели является метод эмерджентных вычислений (**emergent computations**), разработанный для исследования систем, состоящих из многих агентов, действующих на основе индивидуальных правил и способных к адаптации и обучению.

Базовый модельный комплекс включает:

- * описание внешней среды популяции: рынков конечного продукта, финансового рынка, налоговой системы
- * описание механизмов функционирования отдельных фирм и популяции:
 - › механизма формирования текущих поведенческих решений отдельных фирм на основе принятых ими стратегий.
 - › механизма функционирования отдельных фирм и зависимости результатов реализации стратегий каждого агента от стратегий других агентов и условий в данный момент.
 - › механизма взаимодействия популяции и её агентов с агентами внешней среды.

Модельный комплекс отражает основные эволюционные механизмы динамики распространённости стратегий поведения агентов в популяции:

- * изменение рыночной доли фирм-носителей различных стратегий;
- * адаптация фирм: изменение индивидуальных норм и параметров поведения без выбытия фирм;
- * выбытие фирм, не удовлетворенных своим положением или лишившихся капитала;
- * вход в популяцию новых фирм.

Исследование модели основано на проведении **серий вычислительных экспериментов** в рамках разработанной **матрицы комплексных сценариев**, отражающей возможные характеристики внешней среды популяции. Использование сценариев позволяет выявить основные возможные альтернативы эволюции, изучить влияние отдельных элементов среды в различных условиях. При этом исследование модельного комплекса основано на разработанной автором **итеративной многошаговой схеме**, позволяющей объединить в интерактивной процедуре анализ получаемых в результате вычислительных экспериментов результатов, модификацию на основе анализа базового модельного комплекса и его информационного обеспечения,

параметризацию и валидацию модификаций. Для формирования информационного обеспечения модели предложен **механизм сочетания данных** статистического учёта, опросов предприятий и экспертов, позволяющий формировать информационную базу моделей в характерной ситуации неполноты, недостоверности и методологической несогласованности данных о микроагентах. Параметризация модельной популяции, отражающей исследуемую, осуществлена на основе составления таблиц сопряжённости поведенческих и "физических" (число занятых, объем основных фондов) характеристик предприятий в исследуемой популяции. Число агентов модельной популяции определено из соображений достаточного репрезентативного отражения в модели всех выделенных стратегий поведения.

Интерпретация полученных результатов основаны на статистическом (коэффициентном и регрессионном) анализе получаемых на "выходе" модели динамических рядов показателей, характеризующих ресурсно-технологическое развитие и поведенческую эволюцию отдельных предприятий и популяции в целом. Оценка эффективности траекторий эволюции основана на Парето-анализе возможных траекторий, позволяющем учесть могущие находиться в частичном противоречии интересы различных групп stakeholder`ов популяции.

Полученные в результате исследования модели выводы могут служить выработке рекомендаций для институциональной политики, важнейшими из которых представляются следующие:

* Существует принципиальная возможность внедрения и ускорения диффузии на основе собственно рыночных механизмов социально желательных стратегий поведения путём поддержания тех или иных инкубаторов институтов (в частности - малых инновационных фирм). Преимуществами данного подхода являются возможность проверки рыночной жизнеспособности институциональных новаций на примере ограниченного числа фирм и возможность сокращения суммарных потерь и затрат внедрения желательных стратегий поведения.

* Необходимы поддержка и дополнение мерами экономической политики собственно рыночных, эволюционных механизмов диффузии: так, расширение доступности кредитного финансирования усиливает действие механизма роста эффективных фирм за счёт внешних источников, упрощение входа в популяцию - механизма увеличения количества в популяции фирм, адаптировавших эффективные стратегии.

* Меры экономической политики должны оказывать комбинированное селективное воздействие на предприятия: стимулирующие воздействия на носителей эффективных норм и дестимулирующие - на носителей неэффективных.

Динамика инвестиций социального назначения в методике

«преследования на плоскости»

Чулаков Денис Александрович

аспирант

Курский государственный технический университет, Курск, Россия

E-mail: dchulakov@mail.ru

Для выбора целевого ориентира «приближения» уровня регионального развития Курской области к наиболее оптимальному, нами был рассчитан уровень социально-экономического развития (УСЭР). Поставим перед собой задачу, используя математические методы из теории дифференциальных игр, «приблизить» уровень развития Курской области к оптимальному уровню развития Белгородской области. Для осуществления прогноза уровня социально-экономического развития выявим зависимость уровня социально-экономического развития от валового регионального продукта. Определим валовой региональный продукт (ВРП) Курской области в 2003

году таким образом, чтобы ее УСЭР в этом же году был равен УСЭР Белгородской области. Далее задача состоит в том, чтобы определить объем капитальных вложений необходимых для достижения такого уровня валового регионального продукта. Для этого целесообразно произвести расчеты на основе двухфакторной (труд и капитал) производственной функции Кобба-Дугласа для отыскания объема капитальных вложений (КВ) при сохраняющейся численности производственного персонала (ЧПП=635,20 тыс. чел.). С помощью элемента теории дифференциальных игр решаем геометрическую задачу «преследования на плоскости» с постоянной линейной скоростью «убегающего» и «догоняющего» для обоснования оптимального способа поведения Курской области. На плоскости «преследователь» и «убегающий» перемещаются соответственно с постоянными линейными скоростями p и σ , что характеризует движение экономик двух регионов. Тогда время встречи обоих игроков

будет определяться по формуле: $|P(0)E(0)| = b > 0; \theta = \frac{b}{(p - \sigma)}$ (1), где θ - время встречи

обоих игроков; b – путь, пройденный «убегающим» $E(0)$ до его поимки «преследователем» $P(0)$. «Скорости» движения экономик областей, т.е. p и σ , зададим через абсолютные (базисные) темпы роста капитальных вложений. Чтобы встреча стала возможной, базисные темпы «преследователя» роста должны превышать «убегающего» темпы. Согласно формуле (1) $\theta \times (p - \sigma) = 392 \text{ \AA}$; $\theta = 8$ лет (период 1995-2003гг.), т.е.

$p = \frac{(392 + 8 \times \sigma)}{8}$, или $p = (49 + \sigma)$. Таким образом, темп роста КВ Курской области

должен постоянно превышать темп роста КВ Белгородской области не менее чем приблизительно на 49 пунктов. Согласно расчетам общая величина базисных темпов роста капитальных вложений в социально-экономическое развитие Курской области должна составить 418,51 %. Для дальнейшего обоснования выбора траектории социально-экономического развития Курской области нами решалась задача «преследование в полуплоскости». Здесь необходимо предварительно найти границу в полуплоскости. Предположим, что существует полуплоскость S с границей k и $p > \sigma > 0$ в течение всего процесса преследования. «Преследователь» P и «убегающий»

E в момент времени $t = 0$ находятся в положениях $P(0)$ и $E(0)$, $|P(0)E(0)| > 0$. Расстояние от точки $P(0)$ до прямой k зададим через b , а расстояние от точки $E(0)$ до прямой k – через a . В результате получаем, что геометрическое место точек $E = (x, y) \in S$ является

частью параболы. В этих точках $y = 0$, а $|x| \leq \Delta M$. $|P(0)E(0)| > 0; |x| \leq \sqrt{\frac{b^2 \sigma^2 - a^2 p^2}{p^2 - \sigma^2}}$;

$\theta = \sqrt{\frac{b^2 - a^2}{p^2 - \sigma^2}}$ (2), где θ - время встречи обоих игроков (встреча P с E произойдет за

время не большее, чем θ); a - путь от E до идеальной точки; b – путь от P до идеальной точки. Для выбора оптимального значения уровня жизни населения региона целесообразно использовать критерий Парето. Выбор целевого ориентира индекса социального развития и индекса экономического развития предполагает отыскание на матрице [УСР x УЭР] идеальной точки, имеющей минимальное расстояние до точки утопии. С помощью элемента теории дифференциальных игр решаем геометрическую задачу «преследование в полуплоскости с одним преследователем» с постоянной линейной скоростью «убегающего» и «догоняющего» для обоснования оптимального способа поведения Курской области. В пространстве прямая k задана уравнением $y = 1,340 - 3,05x$. Для точки $E_0(x_0, y_0)$ путь до прямой k , иначе говоря

вектор регионального развития $\overline{E_0 M_3}$ (Белгородская область) или

$a(E_0, k)$ соответственно может быть задан, через уравнение: $|\overline{E_0 M_3}| = \sqrt{x_{03}^2 + y_{03}^2}$ (3).

Координаты вектора $\overline{E_0M_3}$ соответственно (0,006; -0,018). Подставляя значения получим, что $a(E_0, k) = 0,019$. Т.е. в экономическом смысле потребуется 1,9% капитальных вложений за n-лет для достижения Белгородской областью идеальной точки по Парето. Таким же образом находим длину вектора $\overline{P_0M_3}$, получим, что $b(P_0, k) = 0,359$. Т.е. потребуется 35,9% капитальных вложений за n-лет для достижения Курской областью идеальной точки по Парето. Задавая «скорости» движения экономик областей через абсолютные (базисные) темпы роста капитальных вложений определим: какой объем капитальных вложений необходим для достижения границы полуплоскости. Известно, что для того чтобы Курской области достигнуть оптимального показателя уровня социально-экономического развития потребуется суммарно 35,9% капитальных вложений, согласно расчетам на основе векторной алгебры. Т.к. такие значения были получены в результате исследуемого периода 1995 – 2003 гг., то

очевидно формула $\theta = \sqrt{\frac{b^2 - a^2}{p^2 - \sigma^2}}$ принимает вид, при условии, что $\theta = 8$ (1995-2003гг.):

$$8 = \sqrt{\frac{0,129}{p^2 - \sigma^2}} \quad (4), \quad p^2 = 0,002 + \sigma^2 \quad (5).$$

При таких условиях капитальных вложений

Курская область могла бы достигнуть оптимальных значений показателей уровня жизни в 1995г. Таким образом согласно расчетам общая величина базисных темпов роста капитальных вложений в социально-экономическое развитие Курской области должна составить 1080%. В рамках дальнейшего исследования нами решалась дифференциальная задача «игра с линией жизни». Здесь «линия жизни» - это некоторая граница плоскости, пересекая которую «игроки» «лишены» права на дальнейшую игру, что с экономической точки зрения объясняется «гибелью» социально-экономической системы (СЭС). Для нахождения точек бифуркации, в нашем случае, предположим исследование функций описывающих движение экономик регионов на экстремальные значения. Далее задавая через абсолютные (базисные) темпы роста капитальных вложений «скорости» движения экономик регионов определим объем капитальных вложений для «недостижения» «линии жизни». Применим соответствующую формулу

из теории дифференциальных игр с «линией жизни»: $b = \frac{rp\sigma}{p^2 - \sigma^2} + \frac{rp^2}{p^2\sigma^2} \times \cos \varphi$ (6).

Предположим, что в экономической интерпретации это выглядит следующим образом: b – объем капитальных вложений за n – лет; r – вектор $\overline{P_0E_0}$; φ – угол поворота результирующего вектора; p, σ – абсолютные (базисные) темпы роста капитальных вложений. По данным валового регионального продукта с 1995 по 2003г. строим траекторию развития Курской и Белгородской области. При этом отраслевые структуры будут определяться векторами в пространстве, интенсивность структурных изменений - длиной векторов, а направления - углом поворота векторов. В нашей задаче целью «убегающего» Е (Белгородская область) является достижение «линии жизни», избегая при этом встречи с Р (Курская область) до момента ее достижения. В результате полученных расчетов, очевидно, что b должно быть меньше значений 1209 и 2045, тогда задача «недостижения» «линии жизни» будет решена. Предположим, что φ – это суммарное значение общего поворота экономики региона вокруг своего ядра соответственно для Курской области - 708,8. Составим систему двух неравенств и

решим ее:
$$\begin{cases} \frac{rp\sigma}{p^2 - \sigma^2} + \frac{rp^2}{p^2\sigma^2} \times \cos \varphi < 1209 \\ \frac{rp\sigma}{p^2 - \sigma^2} + \frac{rp^2}{p^2\sigma^2} \times \cos \varphi < 2045 \end{cases} \quad (7), \quad \text{где } \overline{P_0E_0}(0;3) \text{ и соответственно}$$

$r = \left| \overrightarrow{P_0 E_0} \right| = \sqrt{0+9} = 3$. Зададим скорости движения «преследователя» и «убегающего» ρ и σ соответственно, через абсолютные темпы прироста капитальных вложений. Из математической теории дифференциальных игр $\frac{\rho}{\sigma} = \omega > 1$. Решая систему неравенств (7) и учитывая все условия выполнения задачи «преследования», получим, что $\omega \in (1; 1,002) \cup (1,002; +\infty)$. Иными словами, если выполняется соотношение $1,002 < \frac{\rho}{\sigma} < 1$, тогда будет выполнена задача «преследования на плоскости» и «недостижение» границы «линии жизни». Т.е. скорость «преследователя» должна постоянно превышать в 1,002 раза «убегающего», что позволит догнать «убегающего» до границы «линии жизни». Таким образом игра с «линией жизни» будет решена и условие «недостижения» «догоняющим» процесса бифуркаций будет выполнено, т.е., иначе говоря, «преследователь» достигнет в своем социально-экономическом развитии «преследуемого» в момент времени θ до достижения им «линии жизни». Согласно полученным расчетам общая величина базисных темпов роста капитальных вложений в социально-экономическое развитие Курской области должна составить 2654,3 %.

Литература

1. Кузьбожев Э.Н., Чулаков Д.А. Планирование динамики инвестиций социального назначения // Ученые записки института управления и экономики, 2004, №1(9).
2. Ершова И.Г., Самофалова Е.В., Кузьбожев Э.Н. Бифуркация экономических процессов // Известия Курского государственного технического университета, 2004, №1(12).
3. Петросян Л.А., Томский Г.В. Через игры – к творчеству. Интеллектуальные игры преследования / Петросян Л.А., Томский Г.В. Новосибирск: Наука, 1991.

Анализ задачи страхования космических рисков с применением комбинированного критерия Гермейра-Гурвица

Штохова Ирина Николаевна

студентка

Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

E-mail: neon17etc@inbox.ru

В современных условиях организации и осуществления производственно-хозяйственной деятельности в области космических проектов весьма актуален вопрос о приобретении и обеспечении надежной страховой защиты космических проектов. Спецификой страхования космических рисков являются крупные страховые суммы, а, следовательно, крупный размер страховых премий, большие сроки действия страховых договоров и внушающая оптимизм статистика наступления страховых случаев. Главной особенностью страхования космических рисков является затрудненность сопоставления статистических данных по страховым случаям: почти каждый договор страхования космических объектов является уникальным. Каждый раз страховщик должен принимать решение о выборе метода страхования (самострахование, сострахование (страховой пул), перестрахование), причем, оптимального в смысле определенного критерия оптимальности, в определенных условиях с известными случайными состояниями, вероятности наступления которых иногда известны, а иногда нет.

Приемлемой математической моделью описанной ситуации может служить игра с природой, в которой заняты два участника. Один из них – сознательный участник, назовем его Игроком, обладающий несколькими чистыми альтернативными стратегиями, из которых он может осознанно выбрать наиболее выгодную для себя, оптимальную в смысле определенного критерия оптимальности. Положим, что Игроком в игре является страховая компания, обладающая тремя альтернативными чистыми

стратегиями, каждая из которых представляет собой определенный вид страхования: A_1 - “Самострахование”, A_2 - “Сострахование”, A_3 - “Перестрахование”. (Для определенности ограничимся объектом имущественного страхования: ракетно-космической техникой (РКТ)).

В качестве другого участника игры рассматривают условия, в которых приходится Игроку принимать решение о выборе стратегии и которые существенно влияют на результаты выбора Игрока. Этого участника называют Природой, которая неосознанным, неопределенным, случайным образом может пребывать в одном из нескольких своих состояний, не преследуя никакой цели и абсолютно безразлично к возможным результатам игры. Пусть Природой являются условия, характеризующие спутник связи при запуске. Природа случайным образом может пребывать в одном из исключаяющих друг друга четырех состояниях: P_1 - “Запуск спутника связи проходит без происшествий”, P_2 - “При запуске произошло повреждение спутника связи”, P_3 - “При запуске произошла частичная гибель спутника связи”, P_4 - “При запуске произошла полная гибель спутника связи”.

Предполагается, что Игрок в состоянии количественно оценить свой «выигрыш». Вероятности состояний Природы известны, поэтому решение будет приниматься в условиях риска. Решить данную игру – значит найти цену игры и оптимальные стратегии в смысле выбранного критерия оптимальности. Для завершения описания игры с природой в общем виде остается определить критерий оптимальности стратегий. Мы введем в рассмотрение комбинированный критерий Гермейра – Гурвица. Определим комбинированный критерий Гермейра-Гурвица. Он представляет собой критерий Гурвица ($[1],[2],[3]$) применяемый к матрице рисков Гермейра. Комбинированный критерий Гермейра-Гурвица благодаря возможности выбора показателя оптимизма λ , позволяет смягчить крайние пессимистические (как при применении критерия Гермейра) и крайние оптимистические (как при применении максимаксного критерия с учетом вероятностей состояний Природы) субъективные представления Игрока относительно состояний Природы при выборе им стратегии действий.

Таким образом, если в рассмотренной задаче о выборе метода страхования космических объектов оптимальность этих методов понимать в смысле комбинированного критерия Гермейра-Гурвица, то для всех значений показателя оптимизма страховой компании λ от 0 до 0,9 в качестве оптимального метода страхования можно выбрать перестрахование, если, конечно, у страховой компании не будет серьезно обоснованных против этого возражений. При $\lambda \in [0,9;1]$, т.е. при очень высокой степени уверенности в благоприятности запуска спутника, в качестве оптимального метода страхования можно рассматривать самострахование.

Литература

1. Лабскер Л.Г., Бабешко Л.О. Игровые методы в управлении экономикой и бизнесом. М. 2001.
2. Лабскер Л.Г. О некоторой общей схеме формирования критериев оптимальности в играх с природой // Вестник Финансовой академии, 2000, № 2.
3. Лабскер Л.Г., Яновская Е.В. Общая методика конструирования критериев оптимальности решений в условиях риска и неопределенности // Управление риском, 2002, № 4.

Моделирование экономики как иерархической системы на основе теории рациональных ожиданий

Шульц Дмитрий Николаевич

аспирант

Пермский государственный университет, Пермь, Россия

E-mail: shultz@prognoz.ru

В рамках новой макроэкономической теории, школы рациональных ожиданий, экономические агенты представляются в форме отдельных островов, между которыми

циркулируют потоки информации. Экономические агенты принимают управленческие решения на основе данной ограниченной информации, которая поступает от других экономических агентов. В своей деятельности субъекты используют ограниченную информацию с микроэкономического уровня с максимально возможной рациональностью. При этом микроагенты, с одной стороны, обладают только ценовыми и количественными сигналами от подобных себе, а с другой стороны, обладают уровнем рефлексии, сопоставимым с уровнем правительственных учреждений и чиновников. Данное условие вполне допустимо для современных рыночных экономик с большой долей и влиянием объектов мезоэкономического уровня. Однако данная предпосылка не вписывается в модель совершенной конкуренции. Обычные микроэкономические домохозяйства должны обладать совершенной памятью и возможностями предвидения для распознавания тех или иных действий правительства и их последствий. В результате ожидания экономических агентов, даже если и могут в краткосрочном периоде отклоняться от истинных значений, в среднем совпадают с истинными значениями $e_i^t = E[X^t]$, где e_i^t - ожидания микроэкономических агентов относительно значений макропараметров X^t . На основе описания микроэкономических агентов как отдельных, но взаимодействующих между собой островов, используя общераспространенный подход репрезентативного агента, формулируется макроэкономическая модель взаимодействия абстрактных агрегатов: функции спроса и предложения.

На наш взгляд, модель рациональных ожиданий с её выводами о бесполезности государственного воздействия должна быть адаптирована к реальной действительности. В частности, должна быть ослаблена гипотеза совершенного предвидения, сам же механизм формирования ожиданий экономических агентов должен быть конкретизирован с привлечением факторов межуровневого взаимодействия. Для этого могут быть привлечены результаты отечественной экономической науки, в частности методы мезоэкономического подхода.

Мезоэкономический подход предполагает учет влияния внешнего макроокружения на поведение и результаты деятельности микроэкономических агентов. Конечными субъектами принятия решений выступают элементы нижних уровней иерархии; а их взаимодействие между собой и с органами государственной власти на региональном и федеральном уровнях определяет состояние экономической системы в целом.

Микроэкономические агенты осуществляют текущую хозяйственную деятельность на основе не только непосредственного окружения своего уровня, но и под влиянием нисходящих связей с вышестоящих уровней иерархии. К внешней макросреде непосредственно можно отнести параметры деятельности органов государственной власти, бюджетную и фискальную, монетарную и кредитную политику, нормативные акты. Очень значительное влияние могут оказывать сигналы, подаваемые в форме отдельных заявлений и высказываний высокопоставленных чиновников разных уровней иерархии.

Таким образом, поведение i -го агента определяется на основе следующей модели $x_i^t = f(\{x_j^t, e_i^t, Z^t\})$, где $\{x_j^t\}$ - внешняя микросреда i -го агента, Z^t - внешняя макросреда, задаваемая деятельностью государственных органов власти. Параметры Z^t могут и не выделяться из других информационных сигналов, но неизбежно влияют на параметры деятельности субъектов экономики.

Нисходящие связи от макроуровня представлены также влиянием макроэкономических индикаторов, которые сигнализируют о состоянии экономики и её тенденции. Сюда же можно отнести и официальные прогнозы экономических ведомств. Именно на них могут ориентироваться микроэкономические агенты (мезоэкономические агенты обладают своими собственными аналитическими подразделениями) при принятии решений относительно инвестиций и кредитов, сбережений и потребления и т.д. Следует учитывать, что данная информация доступна лишь с некоторой задержкой, которая определяется необходимостью сбора, обработки и распространения

статистических данных, а также принятия решений хозяйствующими субъектами. В результате модель поведения ограниченно рациональных субъектов конкретизируется в форме $e_i^t = g[X^{t-1}, \Delta^2 X^{t-1}]$.

С нашей точки зрения, информация об ускорении или замедлении экономических процессов, а не сами изменения играют наиболее важную роль в процессе принятия решений, т.к. служат непосредственными указателями направления дальнейшего развития. Иными словами, ответ на вопрос о развитии производства, расширении сбыта, капиталовложений и т.д. принимаются не на основе того, происходит рост или нет, а на основе того, в какой фазе экономического цикла находится экономика. Но данные решения принимаются всеми микроэкономическими агентами одновременно, что способно из отдельных не связанных между собой решений складывать лавинообразные, взаимоусиливающиеся тенденции в экономической системе в целом. В результате формируется общее экономическое равновесие с учетом эффектов целостности и синергии, а также параметры макроэкономического уровня $X^t = h(x^t)$.

Выше приведенные выражения образуют систему уравнений, описывающих динамику функционирования иерархической экономики. Таким образом, на основе скорректированной модели рациональных ожиданий с привлечением иерархического подхода к исследованию экономических процессов синтезирована данная модель функционирования экономической системы. Сформулированная модель может быть далее конкретизирована до явных зависимостей между переменными и оценена на основе эконометрических методов. В общем же виде она может быть использована для объяснения циклических процессов в экономике, эффекта перелета на финансовых рынках, инфляции в переходной экономике, провалов государственной политики в российских условиях. Также модель может быть расширена до описания взаимодействия трёх уровней экономики, включая собственно мезоэкономический уровень, уровень региональной экономики. Привлечение теории рефлексивных игр позволяет выделить неоднородные модели формирования ожиданий: на микроэкономическом уровне рациональной – адаптивные, описываемые уравнением (3), и собственно рациональные, имеющие уровень рефлексии не ниже, чем у органов государственной власти.

Литература

1. Дж. Сакс, Ф. Ларрен Макроэкономика: глобальный подход. М.: Дело, 1996.
2. Клейнер Г.Б. и др. Предприятие в нестабильной экономической среде; риски, стратегии, безопасность. М.: Экономика, 1997.
3. Перский Ю.К., Костарева Л.В., Предприятие и макроэкономическая среда (начала мезоэкономики). Пермь, 2000. С. 5-18.

Оценка опционов в условиях интервальной неопределенности

Яценко Борис Николаевич

молодой ученый

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: boris-yatsenko@yandex.ru

Работа посвящена проблеме оценки опционов в условиях интервальной неопределенности.

Опционы представляют собой уникальный финансовый инструмент на рынке ценных бумаг и проблема их адекватной оценки представляется очень актуальной [2,4,5,6]. Особенно сложной и актуальной является проблема оценки реальных опционов, которые часто встречаются при рассмотрении проектов в сфере разработки и добычи природных ресурсов, инновационных проектах и т.д. [2,4,5,6].

Традиционно, опционы оцениваются на основе модели Блэка-Шоулза [2,6], в которой предполагается, что динамика цены на базовый актив представляет собой

экономическое (геометрическое) броуновское движение. Современные модели оценки опционов идеологически схожи с моделью Блэка-Шоулза и предполагают, что динамика цены на базовый актив представляет собой некий случайный процесс.

Однако, зачастую это предположение неверно. Более адекватным является предположение о том, что цена актива в какой-то момент времени не является случайной величиной с известным средним значением и дисперсией, а просто находится в каком-то интервале значений.

Оценим опцион колл европейского типа на финансовом рынке. Предположим, что цена исполнения опциона равна K , t – срок жизни опциона – период времени оставшийся до момента его истечения (доля года), r – безрисковая процентная ставка. Предположим также, что мы знаем о том, что цена базового актива (акции) на момент исполнения буде находится в диапазоне от P_{\min} до P_{\max} . В этом случае, оценку ожидаемой стоимости акции можно произвести в соответствии с критерием Гурвица [1,2,3]: $P_{ex} = \lambda P_{\max} + (1-\lambda) P_{\min}$, где λ – специальный норматив, принимающий значение от 0 до 1, для учета неопределенности эффекта, отражающий систему предпочтений соответствующего хозяйствующего субъекта в условиях неопределенности. При $\lambda=0$ эта формула требует оценивать актив пессимистически – применительно к наихудшему из возможных сценариев. Наоборот, при $\lambda=1$ эта формула требует оценивать актив оптимистически, ориентируясь на лучший из возможных сценариев. На практике удовлетворительные результаты получаются при $\lambda=0,3$ (фактически это значение характеризует некое “среднее” по рынку в целом).

Таким образом, ожидаемые выплаты W по колл-опциону в момент времени t будут выглядеть следующим образом: $W = P_{ex} - K$, если $P_{ex} \geq K$, или $W = 0$, если $P_{ex} < K$.

В этом случае приведенная стоимость выплат W_0 по колл-опциону будет иметь следующий вид: $W = \frac{P_{ex} - K}{(1+r)^t}$, если $P_{ex} \geq K$, или $W = 0$, если $P_{ex} < K$.

На основе этих оценок могут быть получены также оценки стоимости пут-опционов европейского, а также американского типа [2,4,6]. Таким образом, предложенный механизм оценки позволяет проще и адекватнее оценивать опционы на финансовом рынке, а также реальные опционы.

Литература

1. Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов в условиях риска и неопределенности (теория ожидаемого эффекта). М.: ЦЭМИ РАН, 2001.
2. Виленский П.Л., Лифшиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов: Теория и практика: М.: Дело, 2001.
2. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов: Офиц. изд. М.: Экономика, 2000
3. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. М.: Олимп-Бизнес, 1997.
4. И.М. Волков, М.В. Грачева Проектный анализ. Москва: Инфра М, 2004.
5. А. Дамодоран Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2004.

ПОДСЕКЦИЯ «ФИНАНСЫ, БУХУЧЕТ И АУДИТ»

Особенности и преимущества метода развитого «директ–костинга»

Агранович Елена Игоревна

студентка

Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: cniiad@stgau.ru

В управленческом учете широко применяют метод учета затрат, при котором учитывается «неполная (ограниченная, усеченная) стоимость». Эта стоимость может включать в себя только прямые или только переменные затраты. Она может рассчитываться также на основе каких-либо производственных расходов: в каждом случае полнота включения затрат разная. Однако общим для этого подхода является то, что некоторые виды издержек, имеющие отношение к производству и реализации продукции, не включаются в себестоимость отдельных видов продукции, а возмещаются общей суммой из выручки.

В настоящее время наиболее известны следующие методы учета «неполной стоимости»: 1) метод «директ–кост»; 2) метод «специфической стоимости» или развитый «директ – кост»; 3) метод «маржинальной стоимости».

Целью данной работы является рассмотрение особенностей метода «специфической стоимости» или развитого «директ – костинга», применение данного метода на практике, а также определение его преимуществ перед другими методами учета затрат и результатов. В основе лежат следующие методы исследования: методы финансового учета (в т.ч. введение дополнительных субсчетов), математические методы, а также методы финансового анализа, с помощью которого были сделаны соответствующие выводы. К методу развитого «директ – костинга» эволюционно привел простой «директ – костинг». Метод «специфической стоимости» (французский вариант) используется для принятия оперативных решений по ассортиментной политике, т.е. убирать или нет с производства тот или иной продукт. С этой целью рассчитывают специфическую стоимость, в которую включаются переменные затраты и часть постоянных, специфических затрат, связанных с данным продуктом.

Сущность данного метода заключается в том, что при принятии оперативных решений по снятию продукта с производства из-за его нерентабельности, необходимо учитывать, что исчезнут вместе с ним только затраты, включенные в специфическую стоимость. Внедрение системы развитого «директ – костинга» привело к возникновению понятия «полумаржи», как разности маржи и соответствующей суммы прямых постоянных расходов. Данное понятие экономически приближается к понятию «финансовый результат», так как характеризует частичное покрытие косвенных постоянных расходов.

Организация системы учета по методу развитого «директ – костинга» строится на тех же принципах, что и при простом методе «директ – костинга» с той лишь разницей, что специфические постоянные расходы следует выделять на отдельном счете или субсчете. На основе проведенных работ по исследованию данной темы на примере предприятия были выявлены следующие преимущества учета затрат и результатов при методе развитого «директ – костинга»:

- при большом разнообразии выпускаемой продукции и без системной идентификации специфических расходов процесс выборки необходимых данных затруднен, тем более при принятии решений по нескольким видам продукции;

- основное преимущество данного метода в скорости и точности расчетов при принятии оперативных решений по ассортименту выпускаемой продукции. Это возможно, если информация определенным образом сгруппирована уже на стадии ее формирования, подтверждена документально, т.е. обеспечена ее контролируемость. Как известно, все эти функции выполняют счета и системная запись;
- наконец, определение маржи и «полумаржи» по видам продукции встроено в единую базу данных, тем самым обеспечивается интеграция учетного процесса и принципиально не нарушается его методология. В то же время обособление информации на отдельных счетах предоставляет возможность использования ее для решения других управленческих задач, в частности, применение метода простого «директ – костинга». Это в полной мере согласуется с общим направлением развития информационных бухгалтерских систем – формированием в единой системе данных разнообразной информации о затратах и результатах по видам продукции, отдельным изделиям, сегментам деятельности и т.д.

Вопросы состояния основных производственных фондов промышленности

Республики Дагестан

Акутаев Саид Гаджиевич

студент

Дагестанский государственный университет, Махачкала, Россия

E-mail: akutaev@mail.ru

Для принятия эффективных решений по управлению основными производственными фондами необходимо рассматривать целый комплекс экономических показателей, отражающих их состояние и уровень.

Между показателями изменения основных фондов в Российской Федерации и в Республике Дагестан наблюдается высокая корреляция, что свидетельствует о примерно одинаковом их состоянии и уровне использования. За последние 12 лет изменения в стоимости основных фондов в экономике как Республики Дагестан, так и России в целом весьма незначительные. За последние десять лет доля основных фондов в экономике в отраслях, производящих товары, снизилась на 39% и возросла в отраслях, оказывающих услуги.

Проведенный нами анализ показал, что в Республике Дагестан в 2003 г. среди отраслей производящих товары наибольшую долю по основным фондам занимает промышленность – 50,1%. Доля сельского хозяйства и строительства соответственно 44,1 и 5,5%. За последние 10 лет доля основных фондов в промышленности возросла на 12 %, в строительстве и в сельском хозяйстве она снизилась соответственно на 8,7 и 3,3%. В настоящее время основные производственные фонды многих промышленных предприятий страны и Республики Дагестан изжили резервы использования конкурентоспособных производственных мощностей. Наиболее малы они в машиностроении, которая является двигателем научно-технического прогресса всего народного хозяйства. Единственной отраслью промышленности республики, где происходит существенный рост основных фондов является электроэнергетика, где с 1995 по 2003г. возросла их доля 1,7 раз и составила в 2003г. - 66 %. За то же период значительно уменьшилась доля основных фондов в химической промышленности 2,7 раз и в машиностроении в 1,8 раз и составила соответственно 1,5 и 12,1%. В других отраслях изменения незначительны.

Износ основных фондов промышленных предприятий Республики Дагестан за 1995-2003гг. увеличился на 7,4% и составил в 2003 г. - 50,2% (в России – 51%).

Топливная промышленность - это единственная отрасль, где в период с 1995 по 2002г. сократился износ (на 9,3%) и составил в 2002г. - 65,6%. В тот же период наиболее

значительно увеличился износ в строительстве и машиностроении соответственно на 20 и 17%. На многих промышленных предприятиях используются морально устаревшие, хотя и физически еще не изношенные основные фонды. Это приводит к относительному увеличению затрат на производство, сдерживает совершенствование технологических процессов. Возникает проблема: нести потери от досрочной замены устаревших средств труда и получить экономию от внедрения более прогрессивной технологии или эксплуатировать морально устаревшее оборудование до полного списания его стоимости, но при этом терять возможность роста эффективности производства в перспективе.

За последние 8 лет увеличился износ зданий на 1,1%, сооружений 1,4%, инструментов производства и хозяйственного инвентаря 8,6%. За тот же период незначительно уменьшился износ машин и оборудования на и транспортных средств соответственно на 3,8 и 3,0%. На ряде промышленных предприятий уровень износа оборудования превышает 65%. Если с 1970 по 1990 гг. средний возраст оборудования на предприятиях Республики Дагестан вырос с 8,5 до 10,8 лет, то в 2003 г. он составил 16 лет. За последние 10 лет значительно увеличилась доля оборудования сроком службы свыше 20 лет - с 15 до 31,6%. Соответственно повысилась степень износа основных фондов во всех отраслях экономики, причем наиболее ощутимо были затронуты машиностроение, легкая промышленность и другие отрасли обрабатывающей промышленности. В 90-е гг. доля активной части основных фондов – машин и оборудования - в электроэнергетике сократилась с 37,4 до 33,3%, в легкой – с 52,3 до 35,9%, в пищевой – с 49,5 до 44,9%, в топливной промышленности возросла с 19,5 до 21,6%.

В 2000–2003 гг. в Республике Дагестан наблюдается значительное увеличение коэффициента обновления - по промышленности в целом увеличился за последние 8 лет с 0,6 до 4,2%, а коэффициент выбытия изменился - соответственно с 0,2 на 3,4%.

Ввод новых основных фондов в машиностроительном комплексе республики, который является ведущей отраслью промышленности и определяет уровень научно-технического прогресса во всем народном хозяйстве в 2003 году, еще остается очень низким — 0,6%, в легкой промышленности - 0,4% и в сельском хозяйстве - 0,5%. Заметно выше темпы ввода нового оборудования в топливной промышленности.

Расчет важнейших обобщающих показателей эффективности использования основных фондов - фондоотдачи и рентабельности для промышленности показал низкую эффективность их использования, причем по Республике Дагестан они ниже, чем по России в целом (см. табл. 1).

Таблица 1. Показатели эффективности использования основных фондов промышленности Российской Федерации и Республики Дагестан

	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2003
Фондоотдача										
Российская Федерация	0,83	0,82	0,61	0,31	0,36	0,38	0,74	1,16	1,25	1,34
Республика Дагестан	0,41	0,35	0,21	0,12	0,14	0,17	0,26	0,46	0,52	0,58
Рентабельность основных фондов										
Российская Федерация	0,120	0,094	0,086	0,054	0,025	-0,021	0,110	0,175	0,123	0,085
Республика Дагестан	0,132	0,125	0,024	0,027	0,014	0,005	0,047	0,086	0,042	0,061

Как видно из этих данных в период с 1992 по 1998 г. происходило снижение эффективности использования основных фондов. Но последние 5 лет в Республике Дагестан и в Российской Федерации наблюдается незначительный рост фондоотдачи и рентабельности.

В настоящее время большое внимание должно быть уделено радикальному обновлению основных фондов, изменению отраслевой структуры экономики, ее

модернизации, повышению доли отраслей с высокой степенью добавленной стоимости. На примере восточноевропейских стран видно, что экономический рост в этих странах основан не столько на повышении эффективности имевшихся основных производственных фондов, сколько на коренном их технологическом перевооружении, создании новых производств. Высокие темпы экономического роста регионов и страны в целом в долгосрочной перспективе не могут быть обеспечены и при существующей структуре промышленности, ее чрезмерной зависимости от внешних условий. Отсюда ясна стратегическая значимость привлечения дополнительных финансовых ресурсов – для обеспечения текущей деятельности и для развития предприятий.

Учет инвестиций в ценные бумаги по справедливой стоимости: за и против Алексеева Юлия Владимировна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: ms_parker@mail.ru

В настоящее время в России операции с ценными бумагами на финансовых рынках начинают набирать все большие обороты и не только в части спекулятивных операций. Правильность действий предприятия по подбору и учету ценных бумаг, приобретенных для диверсификации своей деятельности, становятся также актуальны, как и производственный учет. Поэтому учет инвестиций в ценные бумаги приобретает все более значимую роль, это также связано с программой перехода России на МСФО.

На Западе инвестиции в ценные бумаги отражают по справедливой стоимости, хотя споры о том по какой стоимости учитывать продолжают до сих пор. Одной из причин появления справедливой стоимости можно считать проблему достоверного представления данных в отчетности. Понятие «справедливая стоимость» впервые появилось в начале 90-х гг. в американских стандартах бухгалтерского учета, когда FASB (Комитетом по стандартам бухгалтерского учета в США) были выпущены FAS 105 и FAS 107 «Раскрытие информации о справедливой стоимости финансовых инструментов» (1991 г.), определяющие правила раскрытия информации о финансовых инструментах. В этих стандартах речь шла не об учете (отражении в отчетности) финансовых инструментов как таковом, а только о раскрытии информации об их справедливой стоимости, в то время как в бухгалтерских книгах и отчетности они отражались по себестоимости.

Справедливая стоимость (fair value)– это сумма денежных средств, достаточная для приобретения актива или исполнения обязательства при совершении сделки между хорошо осведомленными, действительно желающими совершить сделку купли-продажи и независимыми друг от друга сторонами [1].

Таким образом, чтобы иметь практическую возможность определить справедливую стоимость, необходима информация о сделке(ах) с аналогичным активом, в которых обеспечивалось соблюдение следующих условий:

- сделка совершается между независимыми сторонами;
- стороны хорошо осведомлены об условиях сделки и среднерыночных условиях сделок с аналогичным активом;
- стороны совершают сделку без принуждения, иными словами, сделка не является вынужденной.

Очевидно, что наилучшим образом все вышеперечисленные условия соблюдаются на так называемом «активном» рынке, где сделки производятся довольно часто, а участвующие стороны независимы друг от друга. Образцами такого рынка финансовых инструментов являются фондовые биржи и рынок дилеров.

Таким образом, рыночная цена (или котировка на бирже) – лучший показатель справедливой стоимости. Поэтому очень часто эти два понятия: справедливая стоимость и рыночная – считают эквивалентными. Но это не совсем так.

Согласно Международному комитету по стандартам оценки (International Valuation Standards Committee (IVSC)) рыночная стоимость определяется следующим образом:

Рыночная стоимость - это расчетная денежная сумма, за которую состоялся бы обмен актива на дату оценки между заинтересованным покупателем и заинтересованным продавцом в результате коммерческой сделки после проведения надлежащего маркетинга, при котором каждая из сторон действовала бы, будучи хорошо осведомленной, расчетливо и без принуждения [2].

Как можно заметить, понятие «рыночная стоимость» не является эквивалентом термина «справедливая стоимость», так как в учете справедливая стоимость предполагает продажу, которая может состояться при обстоятельствах и условиях, отличных от тех, которые преобладают на открытом рынке для нормально организованной реализации активов. Более того, понятие «справедливая стоимость» намного шире и включает в себя рыночную стоимость.

Основные преимущества метода учета по справедливой стоимости:

1. Предоставляет более объективную основу для оценки будущих денежных потоков по сравнению с расходами, поскольку отражает текущую рыночную оценку этих денежных потоков с использованием всей имеющейся информации.

Это хорошо видно на примере с акциями РАО «ЕЭС». Если пользователь бухгалтерской отчетности за 2003 г., представленной предприятием, которое приобрело акции РАО «ЕЭС» в 2002 г., хочет оценить будущие денежные поступления, которые предприятие может получить от продажи этих акций, ему бессмысленно использовать фактические затраты на приобретение (5 руб. за акцию), которые не имеют ничего общего с рыночной ценой на конец 2003 г. (8,4 рубля за акцию).

2. Предоставляет наилучшую основу для сопоставимости информации об активах. Для анализа финансовой информации сопоставимость является важнейшим показателем ее качества. В случае, если в учете и отчетности использовать фактические затраты, то одни и те же активы, приобретенные в разное время, могут учитываться по различным ценам, что происходит в действительности. Если же применять справедливую стоимость, то эти активы будут учитываться на каждую отчетную дату по одинаковой стоимости и отражать их реальную стоимость на данный момент времени, независимо от условий и времени их приобретения.

Например, предприятие «А» приобрело 1000 шт. акций по цене 4 руб. за акцию в январе, предприятие «Б» 1000 шт. – по цене 6 руб. за акцию в июне, и предприятие «В» в ноябре 1000 шт. по цене 7,5 руб. В конце года стоимость одной акции составила 7 руб.

Если в отчетности стоимость акций отражена по фактическим затратам: «А» - 4000 руб., «Б» - 6000 руб., «В» - 7500 руб., то в этом случае сделать сравнительный анализ финансового положения и результатов инвестиционной активности предприятий невозможно без дополнительного раскрытия информации о справедливой стоимости вложений и возможном влиянии ее изменений на поток денежных средств.

3. Учет по справедливой стоимости наилучшим образом сочетается с принципами активного менеджмента, который в процессе управления обычно ориентируется не на фактические затраты, а на справедливую стоимость актива на данный момент времени. Очевидно, что в случаях с предприятиями «А», «Б», «В» инвестиции в акции менеджмент предприятий опирался на данные об их рыночной котировке, а не на фактические затраты, и именно исходя из динамики справедливой стоимости оценивал риски инвестиций в эти акции.
4. Предоставляет лучшую основу для оценки результатов работы менеджмента, поскольку своевременно отражает результаты всех экономических изменений, относящихся к активам предприятия, в отличие от учета по фактическим затратам, который позволяет отразить эти изменения только на момент продажи или иного выбытия активов.

Так, если вернуться к примеру с акциями РАО «ЭС», можно увидеть, что при учете по фактическим затратам невозможно оценить реальное изменение стоимости акций, а, следовательно, результаты инвестиционной политики менеджмента до момента продажи акций, в то время как учет по справедливой стоимости демонстрирует эти результаты на конец каждого отчетного периода.

Недостатки:

1. Значительные трудности при определении справедливой стоимости в условиях отсутствия активного рынка. В этом случае значительная доля ответственности за принятое решение в отношении оценки актива лежит на менеджменте предприятия. Однако сторонники справедливой стоимости указывают на то, что органы управления предприятия лучше, чем кто-либо другой, осведомлены о справедливой стоимости актива, которым владеет предприятие, поэтому основная трудность в данном случае сводится к наличию соответствующих доказательств в правильности сделанных оценок.
2. Отражает не реальные сделки, совершенные предприятием, а некоторую условную сумму, которая могла бы быть выручена в случае, если актив был бы продан на отчетную дату. Однако следует иметь в виду, что эта «условная сумма», тем не менее, базируется на вполне реальных ценах сделок, имевших место на рынке.
3. Затратность метода учета по справедливой стоимости: внедрение данного метода вместо привычного метода учета по фактическим затратам, безусловно потребует дополнительных издержек. Однако бессмысленно отрицать, какую полезность несет информация о справедливой стоимости пользователю отчетности, который в настоящий момент несет значительные затраты по анализу информации о данной стоимости и ее сравнении со стоимостью, отраженной в отчетности.
4. Не соблюдение принципа осмотрительности, утверждающего, что при подготовке отчетности следует минимизировать различного вида неопределенности, которые неизбежно возникают в связи с оценкой хозяйственных событий. Хотя сторонники справедливой стоимости настаивают на том, что концепция не нарушает принцип осмотрительности, поскольку в основе справедливой стоимости лежит рыночная стоимость, складывающаяся в результате сделок на реальном рынке и вследствие этого, являющаяся вполне определенной категорией.

Литература

1. Международные стандарты финансовой отчетности. М.: Аскери, 1999.
2. Микерин Г.И., Недужий М.И., Павлов Н.В., Яшина Н.Н. Международные стандарты оценки. Книга 1. М.: НОВОСТИ, 2000. С.32.

Классификация выводов эксперта-бухгалтера

Алибеков Шахизин Ильмутдинович

студент

Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: shahizin@mail.ru

По результатам проведенного научного исследования – судебно-бухгалтерской экспертизы – эксперт-бухгалтер с учетом своих специальных познаний дает письменное заключение, которое должно состоять из трех частей: вводная, исследовательская и итоговая (выводы). При этом сам эксперт будет проходить по расследуемому или разбираемому делу свидетелем. По своему содержанию выводы могут быть различного характера. Именно характер выводов обуславливает его доказательственную ценность. В этой связи научно обоснованная классификация экспертных выводов имеет не только теоретическое, но и практическое значение.

В теории и практике судебной экспертизы и, в частности, судебно-бухгалтерской, нет единого мнения в части классификации экспертных выводов. Нередко в специальных методических и даже инструктивных источниках отсутствует четкое разграничение различных по форме, содержанию, а также по доказательственной ценности выводов. По нашему мнению, наибольшее практическое значение применительно к судебно-бухгалтерской экспертизе имеет классификация выводов по их характеру на категорические, альтернативные и предположительные. Очевидно, что наибольшую доказательственную ценность имеет категорический вывод, в котором содержится точный и определенный ответ на вопрос, интересующий следствие и суд. Такой вывод может быть положительным или отрицательным.

Ко второй группе можно отнести выводы условного характера. В основе этих выводов лежит одно или несколько взаимосключающих условий. В теории и практике судебно-бухгалтерской экспертизы условный вывод еще называют условно-категорическим. Однако этот термин не совсем точен, ибо условный вывод имеет силу (т.е. становится категорическим) только при наличии определенных условий, выяснение которых лежит за пределами экспертного исследования. В зависимости от наличия того или иного условия будет меняться характер вывода, а следовательно, и его доказательственное значение. Поэтому такая комбинированная терминология затрудняет оценку и использование выводов экспертов-бухгалтеров. В условных выводах эксперты-бухгалтеры часто применяют такие формулировки: «если следствие (суд) установит, докажет, обнаружит». Следует отметить, что подобные формулировки, указывающие следствию и суду на выполнение того или иного условия, неприемлемы в заключениях экспертов-бухгалтеров. По поводу формулирования условных выводов была дана правильная рекомендация в методическом письме ВНИИСЭ, где отмечалось, что в выводе может содержаться лишь условие в форме «если», «с учетом», «при условии», в противном случае вывод эксперта может быть принят за категорический.

Одной из форм экспертных выводов являются предположительные или, как их чаще называют, вероятные. В основе вероятного вывода лежит не установленные экспертом обстоятельства, а лишь его предположение (версия) о существовании (отсутствии) какого-либо факта хозяйственной жизни. Следовательно, вероятное заключение эксперта не имеет достаточного доказательственного значения. Наряду с этим широкое распространение получили выводы экспертов по решению профилактических вопросов, в которых констатируется возможность существования взаимосвязи между нарушениями учета с причиненным ущербом. Выводы такого характера следует отличать от вероятных (предположительных), ибо в суждении возможности имеются два аспекта: категорическое утверждение о наличии конкретных нарушений порядка учета и само оценочное суждение эксперта о том, что эти нарушения могли способствовать образованию материального ущерба.

Таким образом, структура заключения эксперта объективно отражает логику получения экспертом нового знания – «логику открытия», присущую любой экспертизе как специальному исследованию. При рассмотрении структуры заключения эксперта суть решаемых вопросов, на наш взгляд, проявляется в двух аспектах:

- вопросы следователя (суда), ответы на которые содержатся в выводах эксперта;
- вопросы исследовательского характера, которые ставит перед собой эксперт при решении экспертной задачи, ответы на которые служат определению промежуточных фактов.

Соответственно выводы эксперта представляют собой лишь форму ответа на вопросы, которые приобретают значение доказательства только при оценке заключения в целом как развернутого, обоснованного ответа, так как в виде доказательства следователь, суд используют именно выводы эксперта.

Регулирование ликвидности банковской системы с помощью операций РЕПО

Алистратов Андрей Александрович

студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

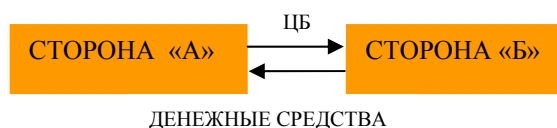
E-mail: alistratov@yandex.ru

С середины 90-х годов многие центральные банки развитых стран стали применять в своей денежно-кредитной политике операции РЕПО. Такой интерес вызван, прежде всего, гибкостью и рыночностью операций РЕПО. Одним из главных преимуществ является то, что проведение операций РЕПО позволяет оперативно регулировать ликвидность банковской системы, не затрагивая напрямую уровня процентных ставок.

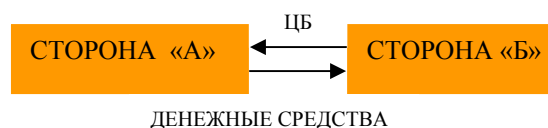
Целью настоящей работы явился анализ эффективности РЕПО. Оценена роль и место операций РЕПО в управлении ликвидностью банковской системы.

Сделка РЕПО (от англ. repurchase agreement (REPO) - соглашение об обратной покупке) - это двусторонняя сделка по продаже (покупке) ценных бумаг (ЦБ) (далее — первая часть сделки РЕПО) с обязательством обратной покупки (продажи) ценных бумаг того же выпуска в том же количестве (далее — вторая часть сделки РЕПО) через определенный условиями такой сделки срок и цене. Таким образом, фактически такие сделки состоят из двух частей.

I часть сделки РЕПО



II Часть сделки РЕПО



Сначала сторона "А" продает стороне "Б" свои ЦБ, а затем сторона "Б" обязана совершить обратную продажу этих ЦБ стороне "А" по цене, установленной в момент заключения сделки РЕПО. Разница между ценами и представляет тот доход, который должна получить сторона, выступившая в качестве покупателя ЦБ (продавца денежных средств) по первой части РЕПО. На практике доход продавца денежных средств определяется величиной ставки РЕПО, что позволяет сопоставить эффективность проведения операций РЕПО с другими финансовыми операциями, имеющими кредитный характер. Преимущество РЕПО в ряду других инструментов денежно-кредитной политики состоит в том, что: во-первых, центральный банк операцией РЕПО обеспечивает на некоторый срок увеличение ликвидности банковской системы; при этом, не выходя вновь на рынок, он заберет денежную массу в конце срока действия договора. В то же время, если стоит задача снизить ликвидность банковской системы на определенный срок, то центральный банк может заключить сделку обратного РЕПО (так центральный банк РФ в 2003 г. для изъятия ликвидности на срок от 1 месяца ввел основной регулярный инструмент: операции БМР — Биржевое модифицированное РЕПО) Во-вторых, в отличие от других видов кредитных операций под залог ЦБ (например, ломбардного кредитования), операции РЕПО не сужают рынки тех инструментов, которые используются в качестве залога.

Важным вопросом является ценообразование в ходе первой и второй частей операций РЕПО. Методы вычисления зависят, прежде всего, от стабильности рынка и политики центрального банка. В качестве верхней оценки для ставок РЕПО можно взять усредненную форвардную ставку на срок операции РЕПО. Если временную структуру доходностей считать постоянной, то форвардные ставки на срок операции РЕПО,

представляют собой не что иное, как ожидаемую участниками рынка доходность вложений. Установление ставок выше средней форвардной нецелесообразно, поскольку в противном случае стороне, привлекающей денежные средства, становится совершить сделку аналогичную операции РЕПО на рынке. В качестве нижней оценки можно использовать фактическую доходность от вложений в рынок на тот же срок. Использование фиксированных процентных ставок нецелесообразно, т.к. ставки по РЕПО должны адекватно реагировать на изменяющиеся потребности рынка и быть достаточно гибкими.

С точки зрения юридического оформления, договор между участниками сделки РЕПО является особой формой операции купли-продажи, в которой стороны поочередно являются продавцами и покупателями. Налоговым кодексом РФ установлен специальный порядок налогообложения результатов сделок РЕПО, отличный от общего порядка налогообложения доходов и расходов при купле-продаже ценных бумаг.

Таким образом, операции РЕПО призваны проводить «тонкую настройку» денежно-кредитной политики в отличие от «базовых» инструментов таких как: обязательные резервные требования и кредиты центрального банка. Дальнейшее развитие операций РЕПО будет проходить в направлении развития рынка «Междилерского РЕПО» (это сделки РЕПО между коммерческими банками без участия в них центрального банка), которые смогут стать альтернативой необеспеченных кредитов, в частности — межбанковскому рынку.

Вектор развития страхового пространства стран СНГ в условиях интеграционного тренда глобализации

Андреева Ольга Владимировна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: andreeva@nm.ru

Глобализация мировой экономики стала важнейшим фактором для всех участников международных экономических отношений. По своим масштабам и последствиям она не имеет аналогов в экономической истории. Основной характеристикой глобализации является взаимозависимое развитие двух процессов: глобализации рынков (капитала, трудовых ресурсов, товаров и услуг) и глобализации экономических форм (укрупнение организационных структур экономики, формирование глобальных мегаоператоров). Взаимодействие этих процессов является сущностным атрибутом глобализационных тенденций и определяет особенности современного этапа экономической глобализации страховых отношений, который приобретает современные формы проявления: информационно-коммуникационную и финансовую.

Усиливающаяся тенденция к интеграции на мировом страховом рынке обуславливается, по нашему мнению, рядом объективных факторов:

- эволюцией межнациональных отношений в рамках мирового сообщества, обуславливающей возникновение более тесных контактов между национальными рынками и создание единого культурного, информационного и экономического пространства;
- эффектом стирания экономических и культурных границ между странами, приводящим к расширению круга партнеров и зарубежных представительств у компаний;
- унификацией условий страхования;
- обособлением отдельных субъектов страхового рынка: перестраховщиков, ассистантных служб, аварийных комиссаров в условиях ужесточающейся конкуренции как внутри-, так и межнациональной;

- тенденцией к минимизации затрат на ведение финансовых операций через консолидацию инфраструктуры банков и страховых компаний;
- углублением масштабного международного разделения труда;
- развитием индустрии международного туризма.

Глобализация страховых отношений, либерализация экономических связей и потоков финансов, придает мировому и национальным страховым рынкам характер неустойчивого равновесия. Процесс интеграции национальных финансовых рынков поддерживается глобализацией деятельности институтов финансового сектора, выступающих в качестве участников этого рынка.

Российский страховой рынок является одним из структурных элементов в мировой системе страховых отношений. В связи с тем, что глобализация является объективным и необратимым процессом, то либерализация национальных страховых рынков представляет собой также объективную характеристику современного этапа развития страховых отношений в странах СНГ, включающую расширение использования современных информационных, финансовых, банковских и страховых технологий, переход на международные стандарты аудита и бухгалтерской отчетности. Изменение условий и характера функционирования страховых рынков стран Содружества ставит задачу разработки вектора развития страховых отношений на основе формирования концепции, обеспечивающей повышение степени устойчивости и экономической безопасности как собственно страховых организаций, так и страхователей – хозяйствующих субъектов стран СНГ вследствие более широкого охвата страховыми отношениями хозяйственной жизни.

В условиях финансовой глобализации усиливается взаимосвязь и взаимозависимость национальных интегрированных банко-страховых групп, финансовых корпораций и транснациональных операторов из стран базирования СНГ. Конечно, эта взаимозависимость неоднородна, неодинакова и в качественном и в количественном отношении, более того она не является замкнутой или ограниченной от мирового страхового хозяйства. Крупные национальные страховые компании, формируя информационно-сетевую структуру бизнеса, взаимодействуют с многочисленными страховыми компаниями, страховыми пулами, транснациональными группами из разных стран и регионов. Глобальное сотрудничество страховых организаций сегодня включает в себя не только сотрудничество союзов и ведомств надзора. Страховые рынки стран СНГ с незрелыми финансовыми системами нуждаются в особом методическом и информационном обеспечении. Таким образом, разработка концептуальных подходов к проблемам сочетания интеграции страховых отношений стран СНГ с их выходом на мировой страховой рынок должна охватывать задачи расширения международного сотрудничества между страховыми союзами, а также интенсификации интеграционного процесса, повышение результативности взаимодействия его участников. Это базовая предпосылка для преодоления отставания системной экономической интеграции в СНГ от требований времени. Без этого становится беспредметной сама постановка вопроса об обеспечении ее совместимости с процессом вхождения в структуру глобального мирового хозяйства.

О первом российском опыте секьюритизации активов

Анисимов Андрей Николаевич

студент

Северо-Кавказский государственный технический университет, Ставрополь, Россия

E-mail: anisimov84@mail.ru

На протяжении последних лет одним из наиболее обсуждаемых вопросов в экономической литературе являлась возможность применения в российских условиях финансовой техники по секьюритизации активов. К числу факторов, сдерживающих

применение секьюритизации, чаще всего относят неразвитость отечественного фондового рынка, отсутствие соответствующей законодательной базы, а также нерешенность вопроса о судебной защите срочных сделок.

Тем не менее, в прошедшем году российскими компаниями ОАО «Газпром» и ОАО АКБ «Росбанк» были проведены сделки по выпуску ценных бумаг с частичным использованием методик, применяющихся на Западе при секьюритизации активов.

Так, в июле 2004 г., несмотря на неблагоприятную обстановку на российском финансовом рынке, Газпром успешно осуществил первую в российской практике сделку по секьюритизации активов, в ходе которой был размещен выпуск облигаций объемом 1,25 млрд. долл. Эмитентом данных облигаций с доходностью 7,201% и сроком погашения 15,5 лет выступила специально созданная компания (SPV) Gazprom International S. A. Сделка была структурирована как выраженный в долларах или евро заем, предоставленный Gazprom International S.A. корпорации ОАО «Газпром». При этом исполнение обязательств по погашению займа обеспечено существующими и будущими правами требований по двум текущим контрактам на поставку газа в Западную Европу. Платежи по экспортным контрактам заложены в пользу Trustee (ABN AMRO Trustees Ltd.) и проходят через специальный накопительный счет в ABN AMRO Bank (Люксембург), но до наступления дефолта полностью возвращаются в Газпром. В случае же дефолта по облигациям, Trustee вправе обратиться с взысканием на залог экспортных контрактов в пользу инвесторов.

В целях ограничения возможных негативных последствий от введения Банком России ограничения на совершения валютных операций, в структуре сделки предусмотрена возможность принятия решения о дальнейшем погашении займа российскими рублями, которые будут немедленно конвертированы в доллары или евро по специальному соглашению с ABN AMRO Bank. Полученные таким образом средства могут быть использованы для осуществления выплат держателям ценных бумаг. В случае удовлетворения определенных условий сделка позволяет производить выпуск дополнительных траншей ценных бумаг для финансирования новых займов ОАО «Газпром» до размера 3,6 млрд. долларов США.

В качестве дополнительного обеспечения по эмитируемым SPV облигациям используются безусловные и безотзывные гарантии ОАО «Газпром» и его торгового подразделения ООО «Газэкспорт», а также механизм резервного счета. Согласно условиям сделки, на резервном счете постоянно должны находиться средства, достаточные для покрытия затрат на полное обслуживание долга (выплаты процентов и основной суммы долга по ценным бумагам, а также расходов на обслуживание сделки) в течение следующих 6 месяцев.

Устойчивость юридической структуры выпуска и применение эффективных механизмов дополнительного обеспечения способствовали присвоению данным ценным бумагам кредитного рейтинга BBB- по шкале Standart & Poor's, что на одну ступень выше кредитного рейтинга Российской Федерации по обязательствам в международной валюте и на три ступени – собственного кредитного рейтинга организатора сделки. Столь высокий для российских заемщиков рейтинг объясняется также низкой вероятностью банкротства субъекта естественной монополии – ОАО «Газпром» и выводом основных денежных потоков за рубеж.

Кроме того, в 2004 г. состоялась первая в России сделка по секьюритизации будущих потоков по пластиковым картам. Как и в случае с еврооблигациями Газпрома, она была структурирована в виде обеспеченного уступкой прав требований займа SPV (Russia International Card Finance S.A.) организатору сделки (ОАО АКБ «Росбанк»).

При этом облигации, эмитентом которых является Russia International Card Finance S.A. (Люксембург), имеют фиксированную ставку 9,75% и срок погашения 5 лет, а общий объем выпуска составил 225 млн. долл.

Данная сделка обеспечивает секьюритизацию текущих и будущих поступлений по международным пластиковым картам, которые будут генерироваться компанией United Card Services за счет процессинга торговых операций. Также секьюритизируются средства, причитающиеся ОАО АКБ «Росбанк» от Visa и MasterCard по урегулированию задолженности по картам с торговыми компаниями.

Организаторы выпуска полагали, что уникальная для России структура обеспечения позволит удешевить стоимость займа и получить рейтинг по дебютным евробондам выше суверенного. Однако рейтинговые агентства Fitch и Moodys присвоили выпущенным ценным бумагам рейтинги В+ и Вa3 соответственно, что на одну ступень ниже суверенного рейтинга России. По мнению экспертов, такие достаточно низкие рейтинги вызваны плохой кредитной историей «предшественника» ОАО АКБ «Росбанк» - ОНЭКСИМбанка, в 1999г. не расплатившегося по своим еврооблигациям.

Тем не менее, дебютный выпуск можно считать вполне успешным, так как инвесторы, специализирующиеся на секьюритизации, проявили значительный интерес к данной сделке. Так, подписка на облигации в 2,6 раза превысила запланированную, и объем выпуска был увеличен до 225 млн. долл. (вместо предполагавшихся 150 млн. долл.). Наличие неудовлетворенного спроса также позволило выпуску удачно выйти на вторичный рынок, где уже в первый день обращения цены превысили номинал на 0,25 процентных пункта.

Несмотря на очевидный успех, эти сделки нельзя считать примерами классической секьюритизации активов, так как в обоих случаях не было проведено «подлинной продажи» (true sale) активов, а имел место только залог денежных потоков. При этом SPV, эмитирующая облигации, не являлась собственником данных потоков, что нехарактерно для сделок по секьюритизации, осуществляемых в развитых странах Запада. Следует также отметить, что практически все денежные потоки были выведены в оффшорные зоны, а основными инвесторами стали американские и западноевропейские фонды управления активами.

В то же время, успешное структурирование и размещение ценных бумаг, обеспеченных активами, впервые проведенное российскими компаниями, заложило основу для разработки соответствующей нормативной базы, а также повысило доверие иностранных инвесторов к будущим сделкам.

Принципы инвестиционной политики российских фондов прямых инвестиций

Ахтямов Булат Рифович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Principles of investments of Russian direct investments funds

E-mail: akhtyamov@yahoo.co.uk

На долю 10 крупнейших российских холдингов, по сути своей являющихся фондами прямых инвестиций (ФПИ), приходится 39% промышленного выпуска в стране. Поэтому направление движения российской экономики определяется решениями именно крупного бизнеса. Инвестиционная политика этих холдингов задает тенденции развития отраслей и регионов. В частности, АФК Система оперирует в 49 регионах, ЛУКОЙЛ в 44, Альфа-груп в 43. Это подчеркивает также необходимость учета социальной ответственности крупнейших ФПИ при инвестиционном проектировании. Инвестиционные решения фондов должны быть рациональными и ответственными.

Реализация данного тезиса на практике встречается с объективными сложностями. Инвестиционные ресурсы каждого фонда ограничены. Компании, входящие в состав ФПИ, разрабатывают бизнес-планы и инвестиционные проекты. Большинство таких

проектов предусматривает инвестиции со стороны акционеров, т.е. со стороны ФПИ. Таким образом, фонд, в состав которого входят десятки и сотни компаний различных отраслей, получает заявки на потребность в инвестировании. Возникает вопрос: каким образом фонду с ограниченным инвестиционным ресурсом распределить его среди своих компаний?

Различные теоретические школы экономической науки имеют свой ответ на этот вопрос: распределить ресурс с максимизацией доходности акционеров, с максимизацией капитализации ФПИ и т.д. Прежде чем использовать конкретную методику распределения инвестиций, необходимо сформировать идеологический базис для принятия решений, при этом, понимая, что решения должны отвечать критериям рациональности и ответственности.

Попробуем формализовать возможное поле решений фонда. Теоретически существует 3 базовых варианта возможных решений:

- Фонд инвестирует во все предлагаемые проекты и компании. В реальности данное решение невозможно в силу ограниченности ресурсов фонда.
- Фонд не инвестирует ни в один из проектов. Данное решение означает закрытие фонда.
- Фонд инвестирует в каждый из проектов в пределах лимита своего ресурса. На практике это может быть реализовано через установление инвестиционного коэффициента. Фонд суммирует все инвестиционные заявки компаний, далее соотносит сумму заявок со своим ресурсом и устанавливает пропорцию, в соответствии с которой удовлетворяется каждая заявка. Данную политику можно охарактеризовать как малоэффективную. Отсутствует механизм расстановки приоритетов, т.к. здесь заложен принцип – «больше попросишь – больше получишь». Данный вариант не соответствует принципу рациональности.

На базе этих вариантов базовых решений можно сформировать 4 комбинационных варианта, таким образом, все наше поле решений будет состоять из 7 вариантов:

- Совмещение 1 и 2 базового варианта. Это означает, что у одних компаний проекты будут проинвестированы в полном объеме, а у других не будут вообще.
- Совмещение 2 и 3 вариантов. У ряда компаний заявки удовлетворяются в соответствии с устанавливаемым коэффициентом, а другим будет отказано в инвестициях.

О вариантах 4 и 5 можно сказать, что они не отвечают критерию ответственности. Если предприятие приносит доход и платит дивиденды акционерам, то отсутствие поддержки хотя бы в пределах дивидендных выплат приведет к неконкурентоспособности компании, и в результате ФПИ потеряет существующие дивидендные платежи.

- Совмещение 1 и 3 вариантов.
- Совмещение 1, 2 и 3 вариантов.

Очевидно, что вариант 7 по сравнению с 6-м, просто обладает дополнительным инструментом – инструментом «наказания» компаний. Этот опцион может использоваться для бесперспективных проектов. В рамках седьмого варианта фонд должен принять решение: кого проинвестировать полностью, а кому согласно инвестиционному коэффициенту, устанавливаемому фондом. То есть фонд тем самым будет реализовывать свои отраслевые приоритеты.

Таким образом, в поле возможных решений, состоящего из 7 вариантов, 5 вариантов определены как не отвечающие принципам рациональности и ответственности. Оставшиеся два варианта представляют собой идеологический базис для разработки инвестиционной политики в рамках каждого отдельного фонда.

Литература

1. Евтушенко В.П. Промполитика: проекты важнее денег // Ведомости, 13.11.2003.
2. Евтушенко В.П. Промполитика: проекты выберет рынок // Ведомости, 27.11.2003.

3. Дынкин А. Крупный бизнес: наше наследие // Ведомости, 20.01.2004.
4. Фридман М. Интервью // Ведомости, 07.10.2004.
5. Потанин В. Интервью // Ведомости, 20.04.2004.

Анализ кредитоспособности заемщика с использованием моделей прогнозирования вероятности банкротства

Бабашова Сакина Иса кызы

аспирантка

Институт кибернетики НАН Азербайджана, Баку, Азербайджан

E-mail: sakina@rambler.ru

Управление кредитными рисками своими корнями уходит в далекое прошлое. Ход исторического развития привел к тому, что помимо слепой веры в способность заемщика вернуть долг стало необходимым проведение кредитного анализа, подразумевающего оценку и управление кредитным риском. Поэтому банки с момента зарождения банковского дела стали активно развивать методы контроля за кредитными рисками.

Наиболее ярким проявлением кредитного риска является **дефолт** (*default*) заемщика, т.е. неисполнение контрагентом условий кредитного соглашения или рыночной сделки в силу неспособности или нежелания. Поэтому к категории кредитного риска относятся, в первую очередь, потери, связанные с объявлением контрагентом дефолта.

Первым методом анализа состояния предприятия - заемщика была рейтинговая оценка, которая представляла собой взвешенную сумму определенного числа финансовых показателей, характеризующих его деятельность. Однако недостатком данного метода был субъективизм оценки специалистов рейтинговых агентств. Поэтому с 1960-х годов начинают развиваться математические методы оценки, которые с наибольшей точностью могут предсказывать банкротство предприятия – заемщика. К настоящему времени по применяемому математическому аппарату модели оценки кредитного риска можно классифицировать следующим образом:

- **эконометрические модели** (на основе линейного и многомерного дискриминантного анализа, регрессионного анализа, логит- и пробит-модели);
- **нейронные сети** (компьютерные алгоритмы, имитирующие работу человеческого мозга посредством взаимодействия взаимосвязанных «нейронов»);
- **оптимизационные модели** (на основе методов математического программирования);
- **экспертные системы** (на основе имитационного моделирования);
- **гибридные системы** (основанные на причинно-следственных отношениях).

В данной работе была предпринята попытка исследования финансового состояния предприятия – заемщика с помощью трех альтернативных моделей, которые могут быть использованы в прогнозировании вероятности наступления банкротства: **модели дискриминантного анализа, модели логит анализа и модели искусственных нейронных сетей**. Выбранные методы имеют различные предположения относительно взаимосвязи между независимыми переменными. **Целью данного исследования** является описание и анализ выбранных трех методов исследования, выявление существенных различий между ними, оценка их влияния на прогнозную модель в первой фазе эмпирического выбора независимых переменных и определение значимости полученных результатов по каждой модели.

В качестве исходных статистических данных были использованы 30 финансовых коэффициентов по 37 случайно выбранным успешным и неуспешным азербайджанским предприятиям. Каждый из финансовых коэффициентов мы отнесли к одной из трех

групп измерений – **ликвидность, надежность и прибыльность**. Мы провели данную грубую классификацию, чтобы упростить задачу исследования. После обработки данные были сведены в одну базу, где каждая запись содержала код отрасли промышленности, наименование и исходные показатели. Период анализируемого времени был разным для каждого предприятия, однако количество календарных лет было равным. В исследовании рассматривались малые и средние по размеру предприятия различных отраслей промышленности, большинство из которых занимались производством товаров и услуг. Дело в том, что статистические данные по крупным неуспешным азербайджанским предприятиям найти достаточно сложно.

Для нахождения значимых финансовых показателей на основе дискриминантного анализа был использован пошаговый метод выбора. В результате была построена дискриминантная функция, были определены критические значения для индекса кредитоспособности Z , и мы получили набор показателей для предсказания банкротства предприятия за 2 года до его наступления с определением значимого уровня F – статистики и анализом ковариационной матрицы:

$$Z = -37.5227 + 0.0016 X_1 - 0.0014 X_2 + 0.0980 X_3 - 0.0024 X_4 + 0.2109 X_5 + 2.4656 X_6,$$

где X_1, \dots, X_6 – значимые финансовые показатели.

Для логистического анализа мы также применили пошаговый метод выбора независимых переменных. Процедура началась с оценивания и выбора финансовых показателей по χ^2 -статистике. Критический уровень χ^2 в наших исследованиях принимался равным 0,05. В зависимости от него происходил ввод данных в модель.

Для анализа с помощью искусственных нейронных сетей в данной работе был построен вариант «системы раннего предупреждения» банкротства предприятия (Early Warning System). В качестве исходного был выбран метод «сигналов», который состоит в наблюдении определенного количества различных индикаторов финансовых переменных, «аномальное» поведение (превышение определенного порога) которых может свидетельствовать об опасности наступления банкротства в течение следующих 24 месяцев. В процессе обучения нейронной сети оценивалось большое количество параметров. Нейронная сеть считалась обученной, если 90% расчетных значений выхода совпадало с эталонными. При обучении было принято, что сигнал подается при значении большем 0,6 (tolerance = 0,4). При прогнозировании использовался порог 0,5. Выбор таких параметров был скорее эмпирическим, чем теоретическим. Соотношение шум-сигнал для обученной нейронной сети по исходной выборке был равен 0,518868.

Анализируя полученные результаты по трем разным моделям, мы обратили внимание на сходства и различия в структурах трех различных выборок. Между методами существует большая разница относительно количества отобранных значимых переменных. Так, например, пошаговый метод выбора, примененный в логит анализе, выбрал наименьшее количество показателей. Искусственные нейронные сети в сравнении с пошаговым методом дискриминантного либо логит анализов выбрали наибольшее количество значимых показателей. Независимо от выбранного метода исследования во всех трех моделях мера ликвидности оказалась доминирующей.

На заключительной стадии был применен факторный анализ с целью сокращения числа переменных, определения структуры взаимосвязей между ними, а также проверки прогнозной способности каждой из построенных моделей. Результаты анализа показали, что из финансовых коэффициентов, количество которых составляло 30 по каждой из 37 фирм, достаточно четко выделились всего 7 агрегированных факторов, то есть из-за взаимосвязанности финансовых коэффициентов между собой пространство входных данных оказалось не 30-мерное, а лишь 7-мерное.

Точность предсказания построенных моделей была проверена с помощью соответствующего статистического метода. Анализ ошибочных оценок показал, что

модель искусственных нейронных сетей получила наилучший результат по сравнению с двумя другими моделями, и тем самым оказалась эффективным методом исследования кредитоспособности заемщика.

Контроллинг как система повышения эффективности управления коммерческим предприятием

Балановский Антон Викторович

студент

Тюменский государственный нефтегазовый университет, Тюмень, Россия

E-mail: iten@t5.ru

В последнее время уже стало очевидным, что стандартного бухгалтерского учета для целей управления предприятием недостаточно. Руководство предприятия не всегда может обеспечить максимальную отдачу от использования имеющихся в его распоряжении ресурсов, так как не хватает оперативности, полноты и достоверности существующей информацией. В связи с этим требуется формирование управленческого учета предприятия, т.е. внедрения системы контроллинга.

В отличие от финансового и налогового учета, контроллинг не регламентирован стандартами и законодательством. Поэтому существует множество различных подходов к разработке системы контроллинга, методам его ведения и даже к самому определению контроллинга. Методика и технология организации контроллинга определяется управленческими задачами, стоящими перед коммерческим предприятием, так как основной задачей контроллинга является обеспечение менеджмента предприятия своевременной, полной и достоверной информацией для принятия управленческих решений. При таком подходе к понятию контроллинга относится не только сбор и анализ информации об издержках предприятия, а также бюджетирование, система контроля и оценки деятельности подразделений.

В современных условиях традиционные подходы к учету затрат и формированию себестоимости не достаточно эффективны для выработки и принятия управленческих решений на крупных предприятиях. Необходим метод обеспечивающий не только калькуляцию затрат и анализ прибыльности, но и управление и контроль затрат. Методом отвечающим требованиям контроллинга является метод функционального учета затрат (Activity based costing - ABC). Метод ABC основан на том, что затраты вызваны деятельностью и что продукты создают спрос на виды деятельности. Связь между продуктом и видом деятельности устанавливается путем отнесения на продукт затрат на все связанные с ним виды деятельности. Структурно метод функционального учета затрат включает следующие этапы: распределение косвенных затрат на ресурсы; формирование структуры операций необходимых для создания продукции, перенесение стоимости ресурсов на операции; распределение стоимости операций на объекты затрат.

Применение метода ABC в рамках контроллинга дает возможность со значительной точностью определять производственные затраты. Это метод позволяет выявить 30-40% затрат, которых можно избежать, а также обеспечивает механизм для управления затратами.

Функциональный метод стоит использовать в системе контроллинга и при бюджетировании. Это даст возможность ориентировать управление предприятием на достижения определенных целей, выраженных в конкретных показателях. А так же выявить неэффективные бизнес-процессы и резервы, скрытые в «недозагруженности» ресурсов, а также ресурсы, которые явно «перегружены» процессами. Такой подход даст возможность управлять не только ресурсами, но и процессом достижения стратегических целей, поставить каждому подразделению уникальные задачи, решение которых позволит достигнуть целей, стоящих перед компанией в целом.

По мере выполнения планов осуществляются процедуры контроля, а именно: сбор фактических данных, их сравнение с плановыми показателями; выявление отклонений, их интерпретация. Для высшего руководства организации важно постоянно иметь общие тенденции развития предприятия. Поэтому для контроля наиболее важных показателей деятельности предприятия в системе следует применять оценочные карты и датчики отклонений. Используемые в оценочных картах визуальные индикаторы производительности позволят мгновенно выявить критические отклонения и принять соответствующие управленческие решения.

При выявлении на стадии наблюдения негативных тенденций контроллинг дает возможность: предоставление данных в различных разрезах; поиск причин расхождения плановых и фактических данных. Для этих целей в системе широко применяется многомерный анализ с использованием перекрестных (сводных, Pivot) таблиц и кластерных диаграмм, а так же структурный анализ данных.

Но к сожалению, реализация контроллинга на современных российских предприятиях затруднена: отсутствием в настоящее время должного информационного инструментария – серьезных программных комплексов; недостаточным развитием универсальных методов и методик реализации контроллинга, высокой трудоемкостью задачи; отсутствием значительного практического опыта его применения. Но решение данных проблем позволит получить систему, которая интегрирует и координирует функции планирования, контроля и информационного обеспечения.

Применение контроллинга на коммерческом предприятии позволит руководству, оперативно и постоянно видеть в каком направлении идет развитие, соответствует ли существующее развитие желаемому, каковы точные причины отклонений, т.е. не только учитывать, но и управлять.

Особенности управления прибылью предприятия

Басенко Ярослав Сергеевич

студент

Байкальский государственный университет экономики и права, Иркутск, Россия

Переход к рыночным отношениям в экономике России выводит предприятия, как основное ее звено на новый уровень. В современных условиях существенно поменялись правовые, финансово-экономические и социальные отношения как внутри предприятия, так и за его пределами. Прибыльность деятельности любого предприятия – необходимое условие его функционирования независимо от экономической политики государства. Прибыль как экономическая категория получила новое содержание в условиях перехода к рыночным отношениям, которые характеризуются развитием конкуренции, свободного ценообразования, частной собственности на капитал. Прибыль — это сложная экономическая категория, поэтому существуют различные подходы к определению данного понятия. Два из них — с условными названиями «экономический» и «бухгалтерский» — можно рассматривать как базовые [1]. Прибыль является основным побудительным мотивом осуществления любой предпринимательской деятельности, поскольку обеспечивает рост благосостояния собственников предприятия через доход на вложенный капитал. Наемные работники также заинтересованы в прибыльности предприятия, которая в определенной мере является не только гарантом их занятости (долгосрочная перспектива), но и обеспечивает дополнительное материальное вознаграждение их труда и удовлетворение социальных потребностей (краткосрочная перспектива). Кроме этого, прибыль предприятия через систему налоговых платежей позволяет формировать доходную часть государственных бюджетов всех уровней, создавая тем самым базу экономического развития государства в целом. Таким образом, обеспечивая интересы государства, собственников и персонала

предприятий, прибыль является одним из важнейших показателей оценки эффективности деятельности предприятия в условиях рыночной экономики.

В этой связи, необходимость подготовки и принятия управленческих решений по всем основным аспектам формирования прибыли, распределения и использования ее на предприятии становится актуальной задачей.

К задачам управления прибылью можно отнести:

- Обеспечение максимализации размера формируемой прибыли, соответствующего ресурсному потенциалу предприятия и рыночной конъюнктуре;
- Обеспечение оптимальной пропорции между уровнем формируемой прибыли;
- Обеспечение выплаты необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам предприятия;
- Обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов за счет прибыли в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде;
- Обеспечение постоянного роста рыночной стоимости предприятия [2].

По некоторым оценкам, коммерческие фирмы теряют от неоптимальности принятия управленческих решений зачастую больше, чем от налогообложения и иных прямых потерь. Можно установить высокую цену на реализуемую продукцию, однако это зачастую приводит к уменьшению объемов реализации и, соответственно, к уменьшению прибыли. Слишком же низкая цена, несмотря на большие объемы реализации, не позволяет окупить расходы. Между этими двумя крайними случаями и находится оптимальная цена, при которой прибыль, получаемая фирмой от реализации данной продукции (работ, услуг), будет максимальной.

Следует заметить, что необходимым условием управляемости является измеримость объекта управления. Прибыль обладает свойством измеримости, но способов ее измерения необычайно много. Каждое предприятие должно выработать единый способ измерения прибыли – некий внутренний стандарт. Цель - исключить возможность для участвующих в измерении прибыли работников манипулировать данными в выгодном для себя свете. Именно в этом, на мой взгляд, самая серьезная трудность в достижении состояния, когда прибылью управляют.

Литература

1. Иванов В.В., Ковалев В.В. Финансы в вопросах и ответах. М., 2004.
2. Бланк И.А. Управление прибылью. К.: Ника-Центр, Эльга, 2002.

Проблема ответственности аудиторов перед третьими лицами

Беляева Ольга Маратовна

аспирантка

Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, Казань, Россия

E-mail: beliaeva_olga@mail.ru

В России на данный этапе институт ответственности аудитора находится в стадии становления. Однако, учитывая тенденции развития аудиторской деятельности, данный вопрос приобретает особое звучание. Более того, в последнее время существенно возросли общественные ожидания, возлагаемые на аудиторов. Так, им нередко в судебном порядке предъявляются претензии, не менее трети, из которых являются необоснованными.

Согласно ст. 21 Федерального закона "Об аудиторской деятельности" аудиторские организации, индивидуальные аудиторы несут уголовную, административную и гражданско-правовую ответственность за неквалифицированное проведение аудита. Но в данной правовой норме не очерчивается круг лиц, перед которыми аудитор ответственен: только ли это сторона по договору об оказании аудиторских услуг – аудируемое лицо, или же истцом могут выступать непосредственные пользователи

аудиторского заключения финансовой отчетности – кредиторы, инвесторы, бенефициары. Этот вопрос все еще остается неопределенным в российском законодательстве. Исходя из принципов гражданско-правовой ответственности следует, что защита субъектов, потерпевших ущерб в результате использования неквалифицированного аудиторского заключения, должна осуществляться по правилам внедоговорной ответственности за причинение вреда. ГК РФ дает лишь общие основания для возбуждения исков лицами, права которых нарушены – ст. 15, 393. Это также требует дополнительной конкретизации. Ситуация осложняется и тем, что в России практически отсутствует судебная практика по данной категории дел, а вынесенные решения не отличаются однородностью. Однако в российском законодательстве имеется норма, устанавливающая ответственность аудитора перед третьими лицами, но только в отношении узкой группы дел. А именно, ст. 5 Федерального закона "О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг" устанавливает субсидиарную ответственность аудитора с эмитентом за ущерб, причиненный инвестору эмитентом вследствие содержащейся в проаудированном проспекте недостоверной информации.

Но взыскание убытков не происходит автоматически. Истец должен доказать в суде факт несения убытков вследствие использования проаудированной отчетности, а также небрежность со стороны аудитора. Заметим, на практике это не всегда представляется возможным. Аудитор же в свою защиту ссылается, как правило, на отсутствие обязательств перед стороной, не указанной в договоре, либо путем доказывания того, что факт халатности не был непосредственной причиной убытков истца, либо имела место встречная халатность клиента.

Так, в литературе приводятся примеры, когда лица, понесшие предпринимательские убытки, надеялись компенсировать возникший ущерб за счет аудитора, ссылаясь на "плохой" аудит. В связи с этим, Э. Арнс, Дж. Лоббек [1, с. 107-108] в своей монографии рекомендовали настоятельно обратить внимание на различия между несостоятельностью аудита и предпринимательской несостоятельностью.

Следует отметить, что в зарубежных странах существует различный подход к данной проблеме. В Великобритании и в большей части штатов США любой специалист-предприниматель (не только аудитор), несет ответственность за фактический обман третьей стороны даже будучи не связанным с этой стороной договором. Вместе с тем, следует учитывать, что данное положение действует не во всех штатах. Так, например, в одном штате могут подойти достаточно жестко к вопросу определения ответственности аудиторов, в то время как в соседнем штате ответственность перед третьими лицами признается только в исключительных случаях вопиющей безответственности аудиторов при осуществлении ими профессиональных обязанностей. С другой стороны, общее право в США основано на прецеденте. А поскольку в разное время и по разным делам выносились более или менее радикальные решения в отношении степени ответственности аудиторских фирм, почти всегда есть возможность отдать предпочтение той или иной юридической доктрине.

В Германии же согласно доминирующей точке зрения, ответственность перед третьей стороной исключается, т. к. в соответствии с §323 (1) Коммерческого кодекса контролеры хозяйства ответственны за нарушение обязанностей только перед самой компанией и эта ответственность ограничена суммой в 500 тысяч марок за каждую серию отчетов [2, с. 48]. Между тем международные стандарты аудита (ISA) оговаривают, что право предъявлять аудитору имущественный иск может быть предоставлено только тем собственникам, которые являлись таковыми на момент выдачи аудиторского заключения, но не после того.

В настоящее время принимается блок федеральных правил аудиторской деятельности, среди них есть стандарт по ответственности аудитора. Хотелось бы надеяться, что данная проблема будет урегулирована законодателем в ближайшее время.

Литература

1. Аренс Э.А., Лоббек Дж.К. Аудит. М., 2001.
2. Толмачева Э. Юридическая ответственность в сфере аудита // Закон, 2003, №2.

Экономическая безопасность банка

Бурыкина Анна Валерьевна

студентка

Рязанский государственный педагогический университет им. С.А. Есенина, Россия

E-mail: Chiica@mail.ru

Важнейшим сектором современной рыночной экономики является ее банковская система, успешное развитие и безопасность функционирования которой, на мой взгляд, может стать фактором экономического возрождения нашей страны.

В банковской деятельности существенное место отводится вопросам поддержания деловой репутации и обеспечения личного успеха через успех обслуживаемой клиентуры; доверия, построенного не столько на безупречной профессиональной квалификации, сколько на выполнении принятых на себя обязательств и договоренностей; а также особой философии банковского бизнеса, исповедуемой администрацией и владельцами банка, доведенной до его персонала и приемлемой для его потенциальных клиентов и партнеров. Это означает, что вопросы безопасности банковской деятельности актуальны для всех участников рыночных отношений, включая государство. В связи с этим, крайне важной является разработка целостной концепции безопасности. Среди концептуальных мер по обеспечению экономической безопасности банка, как правило, выделяют: физическую, техническую и «электронную» охрану зданий, помещений и сотрудников; меры по обеспечению секретности и конфиденциальности банковской информации; контрразведывательные мероприятия по борьбе с агентурным экономическим шпионажем; кадровую политику, основанную на оценке трудового потенциала каждого сотрудника; анализ кредитных рисков банка; а также выработку и реализацию антикризисных планов деятельности коммерческих структур, предусматривающих выход из чрезвычайных ситуаций и т.п.

В настоящее время ниша банковских услуг для российского рынка еще не заполнена, их актуальность и значение растут по мере интернационализации и глобализации финансовых рынков. Дальнейшее развитие и стабильность банковской системы, на мой взгляд, во многом будет определяться процессами эффективного управления рисками, присутствующими практически в каждой банковской операции. Несмотря на то, что система управления рисками не может полностью исключить убытки, существенно снизить их до разумного уровня и повысить предсказуемость и эффективность банковского процесса возможно.

Важным моментом при организации эффективного управления рисками является разработка их классификации, оценка каждого конкретного риска, его количественное и качественное измерение. Существенное значение в рыночных условиях отводится управлению кредитными рисками, которые возникают в связи с отказом (или невозможностью) заемщика выполнить свои обязательства перед банком. При этом приоритет отдается не привлечению достаточного обеспечения для покрытия убытков, а анализу кредитоспособности заемщика, направленному на их недопущение. Для проведения подобного анализа существует множество методик. В банковской практике наиболее часто применяется правило шести «с», при котором оцениваются: character (характер заемщика), capacity (финансовые способности), cash (капитал), collateral (обеспечение), conditions (общие экономические условия) и control (контроль).

Коммерческий банк по праву считается организацией повышенного риска с высоким уровнем значимости конфиденциальной информации, защите которой до последнего

времени в нашей стране уделялось недостаточно внимания в силу конкретных обстоятельств. Очевидно в ближайшее время эта проблема окажется особенно актуальной.

Основные объемы информации хранятся в форме документов, следовательно, именно их защите должно уделяться особое внимание. Чем более секретна банковская информация, тем больше затрат требуется для ее защиты. Последняя новинка в этой области представляет собой светочувствительное покрытие, наносимое на документы и проявляющееся под воздействием света, указывая тем самым на факт ознакомления с документами или их фотографирования посторонними лицами. Одним из наиболее эффективных средств защиты банковских сведений считается криптографическое закрытие, позволяющее шифровать информацию таким образом, чтобы ее содержание могло стать доступным только при предъявлении специфической информации (ключа). Известны и более совершенные технологии охраны конфиденциальных документов от несанкционированного к ним доступа или возможной утечки из них охраняемых сведений.

Для предотвращения появления в банке агентуры конкурентов (или криминальных структур) и выявления слабых мест в системе безопасности банковской деятельности в современных банковских структурах специально создаются службы экономической контрразведки. Их первостепенной задачей является не обеспечение сохранности конфиденциальной информации, а контроль за информационными потоками и возможными путями утечки сведений банка. Для этого определяются проблемные должности среди сотрудников и узлы пересечения информационных потоков, исходя из чего, выделяются группы потенциальной угрозы для безопасности. Как правило, чем выше вовлеченность в оперирование, прием и передачу конфиденциальной информации, тем больше внимания следует уделять соответствующему персоналу. Высший класс оперативной работы службы экономической контрразведки проявляется в превращении источника угрозы в агента влияния за счет передаваемой ему правдоподобной дезинформации. Подобная стратегия банка ценна тем, что, опережая реальные события, позволяет организовывать нужное развитие исходя из собственных интересов.

В целях повышения экономической безопасности банка представляется целесообразным уделять особое внимание банковскому персоналу, поскольку успешное функционирование и включение отечественных финансово-кредитных институтов в международный бизнес в значительной мере зависят от квалификации, знаний и опыта их сотрудников. Неудивительно, что требования к их личным и деловым качествам в таких условиях существенно повышаются. Фактически сегодня уже можно констатировать наличие обязательного многоуровневого психологического тестирования в банках при приеме на работу с целью всесторонней оценки кандидата и выявления его способности действовать четко в неординарных (экстремальных) ситуациях. В последние годы широко практикуется почерковедческая экспертиза, позволяющая определить такие черты характера как: темперамент, выдержку, волевые качества, собранность, аккуратность, грамотность, общеобразовательный уровень, а также предрасположенность к совершению нечестных поступков.

Цели банковской деятельности формируют его миссию, а средством достижения главной цели служит развитие трудового потенциала банка, его эффективное использование и управление. В этой связи изучение всех категорий сотрудников, понимание их объективных потребностей и подлинных мотивов поведения в значительной степени повышают устойчивость банка к возможному стороннему негативному влиянию. Очевидно, что дальнейшее развитие в этой области связано с активным использованием значительного потенциала методов психоанализа, этики управления и конфликтологии для более полного интегрирования соответствующих специалистов в банковские структуры.

После введения системы управления рисками в банке необходимо установить постоянный мониторинг и адаптацию системы (и всех ее составляющих) к постоянно меняющейся внешней и внутренней среде. Целесообразной в современных рыночных

условиях оказывается оценка эффективности мероприятий по обеспечению безопасности банковской деятельности, для чего первоначально проводится расчет прогнозируемой величины отдачи от денежных вложений в экономическую безопасность банка. Таким образом, для обеспечения и поддержания соответствующего уровня безопасности банковской деятельности необходимо умелое комплексное управление всеми процессами, протекающими в банке.

Литература

1. Букин С.О. Безопасность банка // Банковские технологии, 2003, №09-10, с. 44-50.
2. Мельников Ю., Теренин А. Политика безопасности в банке // Банковские технологии, 2004, №11, с. 51-54.
3. Роуз С. Питер Банковской менеджмент. М., 1997.
4. Экономическая безопасность: производство, финансы, банки. М., 1998.

Разработка метода идеального налогового моделирования

Валинуров Тимур Раисович

аспирант

Ивановский государственный химико-технологический университет, Иваново, Россия

E-mail: tim_ivanovo@mail.ru

Метод “идеального” налогового моделирования заключается в формировании модели предприятия, идеально соответствующего заданной (в т.ч. текущей) налоговой политике государства. Суть метода состоит в анализ экономических взаимосвязей показателей налоговой политики государства и параметров деятельности предприятий. Т.к. налоговый механизм воздействия государства на предприятия является центральным в экономическом (косвенном) государственном регулировании, то проблема взаимодействия политики государства и деятельности предприятий посредством налогового механизма, особенно в период продолжительных налоговых реформ, становится особенно актуальной.

Метод (для целей формирования налоговой стратегии субъекта хозяйственной деятельности) был опробован на одном из предприятий обрабатывающей промышленности Ивановской области. Для анализа были выбраны наиболее значимые в структуре налоговых обязательств налоговые платежи – налог на прибыль организаций, налог на имущество организаций, единый социальный налог и налог на добавленную стоимость. Последовательно были сформированы и сопоставлены модели: модель текущей налоговой системы (России), модель “идеального” предприятия и модель реального предприятия (предприятия “А”). В результате оказалось, что “адекватными” параметрами предприятия “А” оказались только оборачиваемость активов (соответствует НДС) и среднемесячная зарплата работников (соответствует ЕСН). Были выработаны рекомендации для налоговой стратегии предприятия:

- необходимость увеличения среднемесячной зарплаты на 2 400 рублей;
- необходимость увеличения рентабельности продаж на 6,8 п. п. (уменьшения себестоимости продукции на 629,6 тысяч рублей);
- необходимость увеличения основных средств на 40 000 рублей.

Управление рисками в банковской деятельности

Галанун Наталия Демьяновна

молодой ученый

Тернопольская академия народного хозяйства, Тернополь, Украина

E-mail: NDG@ukr.net

В современном экономическом пространстве существует множество проблем, связанных с управлением рисками. Особенное значение эта тема занимает в системе

банковской деятельности, специфика которой проявляется в посредничестве между продавцами и покупателями денежных ресурсов. Поэтому теоретическое обобщение и новое решение научной проблемы, что проявляется в исследовании и разработке системы управления рисками в деятельности банков в период стабилизации банковской деятельности Украины путем разработки методов их минимизации, является очень актуальным вопросом.

На основе проведенного нами исследования сделаны некоторые теоретические обобщения, которые выходят из таких позиций: категория риска зависит от конечного результата действия; все риски, которые присущи банковской деятельности имеют внутреннюю природу возникновения с элементами воздействия на них внешних и внутрисистемных факторов. Нами оптимизирована схема процесса анализа рисков которая дает возможность проанализировать риски по проекту комплексно, учитывая качественные и количественные критерии, имеет иерархическое построение, что предвидит зависимость и взаимодействие цепей схемы, и таким образом служит для качественного и эффективного процесса управления рисками, хотя главными этапами анализа остаются: определение, оценка и разработка методов минимизации.

Особенное место в вопросе управления рисками занимает их идентификация, поэтому необходимо учитывать то, что система разновидностей рисков по сферах возникновения предвидит природу банковских рисков и относит их к виду спекулятивных потому, что банковский капитал направлен на получение достаточных прибылей и этот фактор относит их в сферу финансовых. В связи с тем, что банковская сфера связана с значительными вложениями капитала выделяются инвестиционные риски, и относительно сферы – банковские. В зависимости от параметральных изменений виды банковских рисков условно разделяют на три основных группы – те, что связаны: с возникновением убытков, сменой параметров цены, сферой ликвидности. Такая система разновидностей риска относительно сфер возникновения определяет, что к основным банковским рискам относятся: кредитный, процентный, валютный, ликвидности.

Мы предлагаем обобщить критерии классификации банковских рисков, которые дадут комплексную оценку характерных признаков и учитывают все элементы в системе управления риском: от его идентификации до методов минимизации. Особенностью является универсальность данной модели и возможность использования в любой сфере общественных отношений: как в отрасли чистых так и спекулятивных рисков.

Исследования показали, что с точки зрения возможности использования наиболее допустим при оценке банковских рисков есть метод экспертных оценок, а к наиболее популярным и распространенным относятся нормативный и статистический.

В результате произведенного исследования внесены некоторые практические рекомендации, например, в основе модели анализа кредитного риска состоит комплексный кредитный анализ трех основных факторов: кредитоспособность клиента, качество обслуживания займа, вид и качество обеспечения, что разрешает определить эффективность кредита полностью. Поэтому наряду с юридической и финансовой кредитоспособностью необходимо использовать оценку деловой кредитоспособности, что предвидит введение пост психолога в кадровую структуру современного коммерческого банка. В контексте данного положения нами предложена анкета и разработана бальная система оценки деловых характеристик современного руководителя-заемщика, а в последующем кредитного инспектора и инсайдеров банка.

Коммерческий банк не продавец заложенной собственности, а заложенная собственность в свою очередь – не панацея от всех убытков. Поэтому возникает необходимость разработки механизма разделения (перенесения) риска банка с иными субъектами рыночной инфраструктуры. В контексте этого положения предлагается заключение трехсторонних кредитных договоров, участниками которых будут банк, заемщик и компания-реализатор заложенной собственности.

Для минимизации кредитного риска предлагается ввести дополнительные требования к расширению условий кредитных договоров, что в последующем может привести к выбору индивидуальных особенностей каждого клиента-заемщика и отражения их в кредитных контрактах. Поэтому предлагаем дополнить несколько статей действующего кредитного договора с целью оптимизации процесса минимизации кредитного риска в современных коммерческих банках.

На основе обобщения практики работы зарубежных коммерческих банков предлагается внедрение комплексных действий, которые носят рекомендационный характер и направлены на усовершенствование работы банков по каждому из видов рисков в частности и возможность позитивного влияния на стабилизацию банковской системы Украины в целом.

Развитие финансовых услуг на рынке телекоммуникаций

Галкин Андрей Игоревич

аспирант

Ростовский государственный экономический университет «РИНХ», Россия

E-mail: eagle@rseu.ru

В соответствии с принятой ВТО классификацией к финансовым услугам относятся: банковские услуги; услуги страхования (включая перестрахование); финансовый лизинг; гарантии и обязательства; все виды торговли драгоценными металлами и финансовыми инструментами; выпуск и обращение всех видов ценных бумаг; управление финансовыми активами; предоставление и передача финансовой информации и ее обработка, включая соответствующее программное обеспечение и др. В последнее время происходит реструктуризация финансовых институтов, их адаптация к потребностям финансового рынка и закладываются основы внедрения современных инновационных технологий, обслуживающих этот рынок.

Целью научной работы является теоретическое обоснование и практический анализ развития финансовых услуг на основе внедрения телекоммуникационных технологий. Объектом исследования является система оценки тенденций и перспектив развития рынка телекоммуникационных услуг и средств связи. Предметом исследования являются экономические отношения, складывающиеся на рынке информационно-телекоммуникационных услуг. В работе применялись общенаучные методы исследования, включая анализ и синтез, группировки и сравнения, методы научного познания, теории графов, эмпирического исследования, экономико-математического моделирования, приемы экономического и статистического анализа зарубежного и отечественного опыта.

В ходе исследования были решены следующие задачи: выявлены тенденции и перспективы развития инфраструктуры рынка финансовых услуг; определены механизмы государственной поддержки и регулирования отрасли телекоммуникаций как естественной монополии; построена модель инновационной спирали высокотехнологичного бизнеса; проведен сравнительный анализ автоматизированных систем приема платежей населения.

Предпосылки для быстрого развития финансовых услуг на рынке телекоммуникаций были созданы удешевлением технологий, лежащих в основе электронного сервиса, - по данным Мирового банка, в последние два десятилетия XX в. компьютерные мощности резко выросли (в десять тысяч раз), а телекоммуникационные издержки столь же сильно (в той же пропорции) упали. Относительные размеры накладных расходов в интернет-банках в 2-3 раза ниже, чем в обычных банках, а обработка веб-транзакций обходится в 5-10 раз дешевле, чем при использовании традиционных каналов. Так, издержки проведения финансовых операций составляют: в офисе - 1,07 долл., по почте - 0,73 долл., по телефону

- 0,35 долл., через банкомат - 0,27 долл., через глобальную сеть - 0,10 долл. (Economic Briefings: Credit Suisse. 2000. № 15. P. 13).

На рынке появляются комплексные решения для дистанционного обслуживания клиентов. Положительным моментом данных решений является интегрированный подход к взаимодействию клиента с финансовыми институтами по различным информационным каналам: выделенная или коммутируемая линия, сеть Интернет, сотовый телефон с поддержкой WAP-технологии и GPRS. Важной перспективой является развитие мобильных технологий, носителем которых выступает мобильный телефон.

Интеграция с технологией мобильных платежей позволит в дальнейшем осуществить развертывание мультисервисной системы мобильной коммерции и мобильного офиса на базе сетей GSM. Этот проект представляет большой интерес для любого финансового института, поскольку дает возможность многократного увеличения доли безналичных расчетов без значительных затрат на создание инфраструктуры обслуживания. Развитие интегрированных депозитарно-клиринговых систем на базе информационных технологий показывает возможность создания условий для эффективного осуществления расчетов на финансовых рынках при помощи системы обработки электронных транзакций на основе трансформации информационных потоков в финансовые.

Основными направлениями стратегического развития телекоммуникационных услуг можно считать следующие: создание корпоративных компьютерных сетей для поддержания систем: электронного документооборота, расчетных межфилиальных сетей, расчетно-клиринговых систем; широкомасштабное развитие сети Интернет и мобильных технологий: Интернет-банкинг, Интернет-трейдинг, Интернет-страхование, Мобильный банк или WAP-сервис, Электронная и мобильная коммерция и т. д.; формирование исчерпывающего комплекса услуг для всех категорий пользователей; разработка и совершенствование номенклатуры услуг, ориентированной на корпоративных клиентов.

Таким образом, будущую форму финансовых услуг определяет взаимодействие современных технологий с финансовыми инновациями и процессом распространения новых продуктов, что дает основания прогнозировать значительное развитие рынка телекоммуникаций в России, причем, как в количественном, так и в качественном отношении. В работе доказано, что развитие систем телекоммуникаций в разрезе территориального рынка финансовых услуг при правильном создании организационно-управленческих структур обеспечивают высокую эффективность транзакций между финансовыми институтами. По итогам исследования следует считать, что нынешнее стратегическое направление развития отрасли связи возможно за счет повышения емкости рынка телекоммуникационных услуг как в общем плане, так и относительно финансовой системы.

**Роль внутреннего кредитования в развитии
высокотехнологичного сектора экономики**

Глазунов Валентин Николаевич

аспирант

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, Саранск, Россия

E-mail: glazun_valent@rambler.ru

В настоящее время основу экономики все большего числа стран составляет высокотехнологичный комплекс, включающий сферу информационных и телекоммуникационных услуг, электронное, электротехническое, транспортное машиностроение, ракетно-космическую, микробиологическую промышленность и др., а экономический рост носит инновационный характер. В России же роль экономического

лидера с начала 1990-х годов выполняют экспортноориентированные сырьевые и энергетические отрасли, темп роста ВВП и стабильность экономики почти целиком зависят от конъюнктуры внешних рынков. Инновационная активность российских высокотехнологичных предприятий до сих пор остается на низком уровне, что предопределяет слабую конкурентоспособность их продукции относительно зарубежных аналогов в большинстве отраслей.

Ограничителем развития предприятий высокотехнологичного комплекса является недостаток финансовых ресурсов для масштабной модернизации основных фондов, совершенствования технологии производства. Большинство высокотехнологичных компаний являются средними и мелкими, основная их часть не связана какими-либо координационными связями. Это приводит к излишне обостренной конкуренции между ними, разобщенным действиям в расходовании одних и тех же ресурсов, отсутствию обмена информацией и соответствующим потерям. Такое положение не позволяет им рассчитывать на получение значительных долгосрочных ресурсов от внешних инвесторов, тем более что объем российского финансового рынка по-прежнему сравнительно низкий. Наиболее развитая его часть – коммерческие банки, – ориентирована прежде всего на кредитование энергосырьевых и крупных перерабатывающих предприятий.

Одним из способов решения данной проблемы является объединение высокотехнологичных компаний в бизнес-группы на основе холдинговой (объединение на основе участия в капитале) либо дивизиональной структуры (ассоциация независимых компаний для достижения общих целей на базе кооперационных и информационных связей). При этом создается управляющая компания с целью координации деятельности группы в целом и финансовый центр (чаще всего коммерческий банк), который концентрирует все денежные потоки предприятий. В настоящее время денежные средства большинства высокотехнологичных компаний находятся на расчетных счетах в банках, для которых приоритетным является кредитование крупного бизнеса. Консолидация же финансовых ресурсов в банке бизнес-группы позволит переориентировать данные средства на финансирование собственных потребностей высокотехнологичного комплекса. Кредитование предприятий – участников группы за счет средств, объединенных ими, называется внутренним кредитованием.

Опыт разных стран Азии и Латинской Америки свидетельствует о том, что в период становления новых для экономики секторов внутреннее кредитование в рамках бизнес-групп является важным фактором успешного экономического развития. Широко известна практика такого кредитования в японских бизнес-группах – кейрецу. Хотя банки кейрецу на первых порах были относительно небольшими, централизация и перераспределение ресурсов в рамках группы давала заметный экономический эффект. Постепенно банки обрели мощь, достаточную для того, чтобы не только предоставлять предприятиям ссуды, но и осуществляли мониторинг деятельности групп, обеспечивали их участникам помощь в управлении. Таким образом, внутреннее кредитование не только облегчает деятельность фирм в ходе становления финансовой системы, но и способствует развитию, укреплению этой системы.

Внутреннее кредитование способно выполнять роль катализатора развития «новой экономики» в России по следующим причинам: 1) оно позволяет высокотехнологичным фирмам восполнять дефицит средств, компенсируя тем самым слабость формальной финансовой системы путем перемещения ресурсов в места с наибольшей отдачей, по крайней мере, в пределах соответствующих бизнес-групп; 2) оно сокращает транзакционные издержки, связанные с исследованием банками надежности потенциальных заемщиков на только формирующихся финансовых рынках со свойственной им высокой степенью информационной асимметрии.

Кроме того, объединение высокотехнологичных предприятий в группы позволяет снизить совокупные потребности в оборотных средствах и за счет этого сократить издержки за пользование заемными краткосрочными ресурсами. Рассмотрение таких объединений как крупных субъектов экономики дает возможность банкам группы получить долгосрочные ресурсы от внешних финансовых институтов и с рынка ценных бумаг в объеме, необходимом для масштабной модернизации основных фондов высокотехнологичных компаний, приобретения нематериальных активов, финансирования фундаментальных научных исследований и внедрения инноваций в производство.

Объединение отечественных высокотехнологичных предприятий в группы с организацией внутреннего кредитования является особенно актуальным в настоящее время, когда Правительство России начинает реализацию программы по созданию технопарков в сфере информационных технологий. Внутреннее кредитование позволит высокотехнологичным компаниям повысить свою конкурентоспособность, а России активизировать переход к инновационному росту.

Основные направления повышения финансовой устойчивости

Головина А.Н.

аспирантка-20 года, ,

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.Шухова, Россия

E-mail: asya82@mail.belgorod.ru

Залогом выживаемости и основой стабильности положения предприятия служит его устойчивость. Финансовой устойчивостью предприятия является способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска. В процессе деятельности многих организаций возникают ситуации, когда уровень финансовой устойчивости становится недостаточно высоким, и тогда появляется необходимость его повысить.

Основными направлениями повышения финансовой устойчивости можно считать следующие:

Первое: ускорение оборачиваемости капитала в текущих активах, приводящее к относительному его сокращению на рубль товарооборота.

Второе: осуществление контроля за состоянием расчетов по дебиторской и кредиторской задолженности (составить поименный список кредиторов и дебиторов, контролировать сроки возникновения и погашения задолженности, вести оперативный контроль в виде расчетно-платежного баланса, прогнозировать возможные неплатежи).

Третье: обоснованное снижение уровня запасов и затрат (до норматива). Поскольку положительным фактором финансовой устойчивости является наличие и достаточность допустимых источников формирования запасов, а отрицательным фактором – величина запасов, то основными способами выхода из неустойчивого и кризисного финансовых состояний являются: пополнение источников формирования запасов и оптимизация их структуры, а также обоснованное снижение уровня запасов.

Наиболее безрисковым способом пополнения источников формирования запасов следует признать увеличение реального собственного капитала за счет накопления нераспределенной прибыли или за счет распределения прибыли после налогообложения в фонды накопления при условии роста части этих фондов, не вложенной во внеоборотные активы. Снижение уровня запасов происходит в результате планирования остатков запасов, а также реализации неиспользованных товарно-материальных ценностей. Углубленный анализ состояния запасов выступает в качестве составной

части внутреннего анализа финансового состояния, поскольку предполагает использование информации о запасах, не содержащейся в бухгалтерской отчетности и требующей данных аналитического учета.

Четвертое: пополнение собственного оборотного капитала за счет внутренних и внешних источников. Увеличить собственные оборотные средства можно несколькими способами: ростом чистой прибыли и изменением направлений ее использования; ликвидацией ненужных основных средств и других внеоборотных активов (если таковые есть); привлечением долгосрочных заемных средств на капитальные вложения.

Для того чтобы подготовить предложения по улучшению финансового состояния, необходимо выявить факторы (причины), оказавшие влияние на финансовую устойчивость предприятия. В этом и состоит основная задача финансового анализа. Поэлементный расчет и анализ финансовых показателей позволяет подготовить обоснованные и конкретные предложения по улучшению финансового состояния предприятия. Это связано с тем, что при внутреннем анализе осуществляется углубленное изучение причин изменения запасов и затрат, оборачиваемости текущих активов, наличия собственного оборотного капитала, а также выявление резервов сокращения долгосрочных и текущих материальных активов, ускорения оборачиваемости средств, увеличения собственного оборотного капитала.

Именно финансовый анализ является той базой, на которой строится разработка финансовой политики предприятия. В ходе анализа выявляют причины, повлиявшие на финансовое состояние предприятия, и предлагают варианты по устранению негативных факторов и усилению позитивных.

Волатильность активов компании как главный фактор ее платежеспособности *Горшкова Е. И.*

студент

Томский политехнический университет, Томск, Россия

Для любого кредитора важно быть уверенным в своем заемщике. Являясь наиболее распространенным видом финансового риска, кредитный риск представляет собой элемент неопределенности при выполнении контрагентом своих долговых обязательств, связанных с возвратом заемных средств. Наиболее ярким проявлением кредитного риска является дефолт. Это явление все чаще можно наблюдать в реальности. В пример можно поставить крушение и снижение рейтингов таких крупных корпораций, как Enron (2001), Rite Aid (2001), Lucent Technologies (2001), WorldCom (2002), Kmart (2002) [3].

Увеличение масштабов предприятий, всеобщая глобализация, несовершенство рынков и прочие факторы выступают основными причинами того, что фирмы, главным образом те, акции которых котируются на фондовых рынках, все больше становятся подвержены влиянию извне. В результате этого для инвесторов и кредиторов встает особо важная проблема, заключающаяся в оценке вероятности дефолта и ее извлечении исходя из анализа рынков, поскольку рынок учитывает не только внутреннюю информацию о фирме, но и информацию макроэкономического, политического и психологического характера.

С точки зрения финансовой теории, принцип ограниченной ответственности по обязательствам компании эквивалентен для ее акционеров опциону на покупку активов фирмы по цене исполнения, равной величине обязательств. Исходя из этого соображения, основополагающим подходом к решению поставленной задачи стал структурный подход, восходящий из теории ценообразования опционов (модели Блэка, Шоулза и Мертона, 1974) [1]. Расчет вероятности дефолта компании в этом подходе главным образом основывается на расчете волатильности ее активов, при условии ее постоянности. Однако это ограничение выполняется лишь в том случае, когда рынок является совершенным и безарбитражным. Как ни странно, но такая тенденция все же

наблюдалась на фондовых рынках до 1987 г. После краха на Нью-йоркской бирже поведение волатильности изменилось, она приобрела случайный характер. И хотя модель Блэка-Шоулза и по сей день используется для текущих расчетов, насущной проблемой является необходимость пересмотра всей теории опционов и установление новых зависимостей для извлечения более точной информации о возможных дефолтах.

В соответствие с указанной проблематикой в работе исследован более совершенный подход к анализу дефолта посредством модели локальной волатильности [2]. Модель локальной волатильности описывается так называемым предполагаемым биномиальным деревом (implied binomial tree), которое учитывает изменение волатильности во времени в зависимости от уровней, принимаемых базовым активом, лежащим в основе опциона. Следовательно, данный подход должен давать более приближенную к действительности информацию.

В ходе работы, с целью сравнения результатов, получаемых посредством обоих методов, на основе реальных котировок был проведен анализ волатильности активов и соответствующей ей вероятности дефолта известной российской компании, входящей в состав «голубых фишек».

Литература

1. Энциклопедия финансового риск-менеджмента. / Под ред. А.А Лобанова, А.В. Чугунова. М.: Альпина Паблишер, 2003, 786 с.
2. E. Derman, I. Kani, J. Zou. Goldman Sachs Quantitative Strategies Research Notes: The local volatility surface unlocking the information in index option prices, 1995.
3. C. Finger. RiskMetrics Group, Inc. CreditGradesTM Technical Document, 2002.

Становление системы страхования вкладов в России: проблемы и перспективы

Гринькова Мария Сергеевна

студент

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: mary007@yandex.ru

Системы страхования вкладов имеют полувековую историю и успешно функционируют во всех развитых странах мира. Опыт зарубежных государств подтверждает экономическую обоснованность перехода к системе гарантирования депозитов. В октябре 2005 года коммерческие банки Российской Федерации пройдут процедуру лицензирования и регистрации в данной системе.

ФЗ РФ от 23 декабря 2003 «О страховании вкладов физических лиц в банках РФ» устанавливает правовые, финансовые и организационные основы функционирования системы обязательного страхования вкладов физических лиц. Субъектами - участниками данной системы выступают коммерческие банки РФ, страховщики и физические лица, осуществляющие депозитарные вложения средств.

Основные цели внедрения системы гарантирования вкладов:

- Повышение доверия вкладчиков к банковской системе.
- Стимулирование конкуренции на рынке частных банковских вкладов.
- Аккумуляция денежных средств и направленное их использование для осуществления инвестиционных программ.
- Обеспечение надежности и прозрачности банковской системы и, как следствие, повышение инвестиционной привлекательности РФ для иностранных инвесторов.
- Выход на качественно более высокий уровень развития системы финансовых отношений, в которой страхование вкладов будет воздействовать на появление новых страховых продуктов, таких как страхование вкладов юридических лиц, страхование межбанковских депозитов.

Основные проблемы развития системы страхования вкладов:

- Недостаточный уровень капитализации отечественных страховых компаний и, как следствие, невозможность осуществления перестраховочных операций за рубежом.
- Социально-экономические условия (степень риска в банковской сфере) для развития данного вида страхования оценены страховщиками как неблагоприятные.
- Размер уставного капитала банка и страховой организации, как правило, не сопоставим, таким образом, наступление страхового события может привести к неисполнению страховщиком своих обязательств.
- Размеры отчислений в страховой и резервный фонды будут восполнены банками путем уменьшения процентных ставок по депозитам. При высоких темпах инфляции такое снижение не допустимо.
- Норматив отчислений не дифференцирован в зависимости от степени надежности банка, что в значительной мере усложняет процедуру оценки системных финансовых рисков для компаний-страховщиков.
- Законом предусмотрено 100 % возмещение потерь по вкладам до 100 000 рублей. Риск потери средств, превышающих данный лимит, сохраняется.

Введение обязательного страхования вкладов частных лиц в банковских учреждениях России позволит заложить основы социального согласия обществе и даст прецедент введения обязательного страхования ориентированного на долгосрочное развитие и совершенствование. Банковской системе страны будет дан новый импульс стабильного и неограниченного потенциального развития.

Последствия вступления России в ВТО в банковской сфере

Гумарова Альбина Рафаэльевна

студент

Институт экономики, управления и права, Казань, Россия

В последнее десятилетие государство в лице своих органов и должностных лиц выбрало экономический курс развития на полную интеграцию в мировое («западное») экономическое пространство. По разным оценкам Россия может вступить в ВТО в 2005-2007 гг. Одним из условий вступления должно стать полное открытие рынка финансовых услуг, в том числе в банковском секторе, для иностранного капитала. Ключевым вопросом является запрет на открытие в России филиалов иностранных банков. Причем Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» де-юре не исключает возможность их открытия. Однако в настоящее время Центробанк России успешно отражает попытки завоевания российского рынка банковских услуг. Он выступает против открытия филиалов иностранных банков в интересах создания равных условий для деятельности российских и зарубежных кредитных организаций. Так, в августе 2004 г западные финансовые круги в очередной раз обратились в Центральный Банк России с просьбой снять ограничения на деятельность филиалов иностранных банков. Центробанк ответил отказом, указав, что считает этот шаг рискованным и предпочитает, чтобы иностранцы инвестировали напрямую в российские банки.

Опасения Центрального банка РФ вызваны тем, что:

Во-первых, в отличие от российских банков, филиалы иностранных кредитных организаций не подпадают под национальные требования по формированию обязательных резервов.

Во-вторых, филиалы иностранных банков имеют больше возможностей для оптимизации налогообложения, поскольку не обязаны предоставлять в полном объеме отчетность российским налоговым и надзорным органам.

В-третьих, деятельность зарубежных филиалов регулируется государственными органами той страны, где открыта головная контора. Поэтому различия в законодательстве о банковской деятельности в России и других странах могут создавать для иностранных банков дополнительные преимущества по сравнению с российскими банками.

В-четвертых, через филиалы иностранных банков могут практически бесконтрольно перемещаться крупные потоки спекулятивного капитала. Это представляет серьезную угрозу для стабильного функционирования отечественных финансовых рынков. Фактически же это означает утрату финансовой независимости государства.

Отдельные «эксперты» полагают, что в случае снятия запрета на деятельность филиалов иностранных банков целесообразно ввести ряд регулирующих мер. В частности, право на открытие филиалов может быть предоставлено зарубежным банкам, рейтинг которых не ниже АА по методологии «Стандарт энд Пурс» (Standard & Poor's) или аналогичного показателя «Мудис» (Moody's). Ими также высказана точка зрения, что надо просто распространить на филиалы иностранных банков действие Положения Банка России №437, то есть применить к ним принцип взаимности. Однако данное мнение само по себе абсурдно, ибо его претворение в жизнь решит и то частично лишь одну из четырех проблем, указанных нами (третью – про различия в законодательстве).

В этой связи России следовало бы не упрощать доступ на банковский сектор, а установить еще более широкий круг ограничений на деятельность иностранных банков. В частности, ввести определенные нормативы соотношения между объемом кредитов резидентам и размером привлеченных у них средств (например, их объем должен быть не менее 70-80% от суммы привлеченных средств), минимального объема портфеля кредитов резидентам, количества резидентов в штате сотрудников российского отделения иностранного банка. Мировая практика свидетельствует о том, что все страны, даже вступившие в ВТО, прибегали к использованию различных механизмов для защиты национальных экономик. При этом особое внимание уделялось как раз финансовым услугам ввиду их важности для экономической безопасности стран.

В этой связи совершенно невежественным и экономически безграмотными являются положения нового Федерального закона «О валютном регулировании и валютном контроле» от 2003 г. Так, упрощается процедура трансграничных банковских операций. Российские компании могут открывать счета за границей, получив право проводить по ним любые внешнеэкономические операции с участием нерезидентов. При этом бегство капитала за границу приобретет черты спринтерских соревнований: кто быстрее и больше вывезет капитала на теперь уже абсолютно законных основаниях.

Таким образом, при вступлении в ВТО в таких условиях не только банки России, но и Россия в целом может проиграть еще больше, в том числе государственный суверенитет. Хотя правительство подобный вариант, похоже не просчитывает.

На основании указанного мы можем сделать вывод, что для экономически обоснованного вступления России в ВТО, необходимо не создавать очередные государственные комиссии по «переливанию из пустого в порожнее», а направить все усилия государства и его органов, а особенно МЭРТ РФ, на достижение необходимого уровня качества банковских отечественных услуг, формирование устойчивого роста благосостояния населения и увеличения конкурентоспособности российских банков, создание альтернативной региональной модели банковского сотрудничества в рамках стран СНГ и некоторых других геополитических союзников. Когда данные цели будут достигнуты, вполне вероятно такая ситуация, что нас в ВТО откажут принимать из-за боязни синдрома «второго Китая». Думается, однако, что в таком случае главному «любителю ВТО» Герману Грефу найдется широкое поле деятельности.

**Значение внутреннего аудита
для эффективного управления современным предприятием**

Дадашева Елена Андреевна

соискатель

Сибирский государственный технологический университет, Красноярск, Россия

E-mail: elena_dadasheva@mail.ru

Растущий интерес к внутреннему аудиту в мире обусловлен возможностью повышения эффективности деятельности компании средствами внутреннего аудита

одновременно с несовершенством существующих форм его организации. В российских условиях к вышеназванному добавляется желание собственников и менеджмента упорядочить структуру и организацию бизнес-процессов ради экономии средств компании, а также планы выхода в краткосрочной или среднесрочной перспективе на международные рынки капитала, которые диктуют компаниям необходимость создания служб внутреннего аудита.

Целью внутреннего аудита является не только помощь аппарату управления в поддержании эффективного контроля над различными звеньями управления и направлениями функционирования организации, но и оценка деятельности предприятия с точки зрения его финансово-экономической устойчивости для предоставления обоснованных предложений ее повышения.

Весь процесс управления строится на определенного рода информационных потоках, основу которого составляет бухгалтерская (финансовая) информация. При этом, чем сложнее структура внутренней среды экономического субъекта и чем сложнее и изменчивее взаимоотношения с внешней средой, тем больше информации необходимо для принятия эффективных управленческих решений. В этой связи возрастает роль современной системы бухгалтерского учета, являющейся основным информационным источником процесса управления. В то же время существуют некоторые ограничения, связанные с интерпретацией получаемых учетных данных, входящих в основной информационный поток, на основе которого принимаются управленческие решения:

- бухгалтерская (финансовая) информация относительно трудно воспринимается неквалифицированными пользователями из-за специфики ее формирования, данный информационный поток не совсем нейтрален;
- любая учетная информация, а следовательно, ее результативные показатели подвержены влиянию как человеческого фактора, так и неточностей, свойственных несовершенству самой системы бухгалтерского учета;
- значительное влияние на принятие эффективных управленческих решений оказывает существующая до настоящего времени проблема существенности учетной информации.

Воспользовавшись знаниями методологии учета, бухгалтерских стандартов, пониманием сущности финансово-хозяйственных операций, а также навыками финансового аналитика, служба внутреннего контроля, определяя эффект от каждой финансово-хозяйственной операции, интерпретируя изменения в конкретных статьях отчетности, формирует определенные выводы и дает необходимые рекомендации для принятия или корректировок управленческих решений экономического субъекта.

На современном этапе целевая установка внутреннего аудита сместилась с контрольно-подтверждающей к контрольно-регулирующей, формируя следующие задачи:

- контроль за финансово-хозяйственной деятельностью предприятия и его филиалов;
- контроль своевременности и полноты отражения операций в бухгалтерском учете;
- контроль за сохранностью имущества предприятия и его филиалов;
- контроль за расчетно-платежной дисциплиной;
- контроль за соблюдением законодательства и иных нормативно-правовых актов;
- контроль за своевременностью расчетов с бюджетами и внебюджетными фондами;
- выявление или предотвращение и контроль за исправлением искажений в учетной информации вследствие непреднамеренных ошибок и злоупотреблений;
- проверка учета затрат на производство, полноты и правильности отражения выручки и формирования финансовых результатов;
- контроль за соблюдением политики экономического субъекта и обеспечение эффективности его финансово-хозяйственной деятельности;

- анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия; выявление и мобилизация имеющихся резервов ограниченных ресурсов;
- оценка экономической безопасности;
- оценка инвестиционных и иных экономических проектов;
- консультирование персонала предприятия;
- научные разработки и подготовка методических рекомендаций и пособий;
- компьютеризация бухгалтерского учета, подготовки отчетности, расчетов по налогообложению, финансовому и экономическому анализу;
- контроль устранения выявленных искажений и недостатков;
- оценка степени надежности информации, предоставляемой системе управления;
- организация служебных расследований;
- взаимодействие с внешними аудиторами, налоговых и иных контролирующих органов.

Частные вопросы организации службы внутреннего аудита должны решаться индивидуально для каждого предприятия с учетом специфики его деятельности. Необходимость реализации не только контрольной, но и консультационной функции в рамках внутреннего аудита предопределяет необходимость комплектации такой службы специалистами как в области бухгалтерского учета и налогового права, так и специалистами по финансовому менеджменту. Во избежание таких ситуаций, когда контролю будут подвержены лишь отдельные подразделения при отсутствии такового в других звеньях управления, должна быть разработана схема взаимоотношений между службой внутреннего аудита и звеньями управления, определены права аудиторской службы и ответственность каждой структурной единицы.

На стадии становления службы аудита первоочередной задачей руководства является выявление и четкое определение круга вопросов, для решения которых создается отдел. В последующем решаются вопросы организационно-технического характера: определение основных функций отдела, распределение полномочий и обязанностей, набор соответствующих специалистов, разработка и документальное оформление создания отдела и другие подобные вопросы. На первом этапе функционирования отдел внутреннего аудита может формироваться как звено с чисто консультативными функциями, а затем, по мере развития и становления службы, в ее функции могут передаваться непосредственно реализация контрольных задач и разработка рекомендаций по совершенствованию всех уровней управления в организации.

Внутренний контроль и пути его совершенствования в России

Даценко Ольга Васильевна

студентка

Институт управления и экономики, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: OLGA-dv@yandex.ru

В настоящее время внутренний контроль в российских организациях приобретает характер основы, обеспечивающей оптимальный ход процесса управления на всех его стадиях (планирование, организация и регулирование, учет, анализ). Эффективная система внутреннего контроля – одно из главных условий успешной деятельности коммерческой организации. В то же время создание системы внутреннего контроля – сложная задача, с которой предприятие не всегда имеет возможность справиться самостоятельно. Именно поэтому в реальной практике управления предприятиями приходится говорить не о системности, а о применении отдельных контрольных процедур. Например, контроль использования рабочего времени; контроль расходования материальных ресурсов и т.п. Выполнение этих контрольных процедур чаще всего возложено на бухгалтерию предприятий. С одной стороны, это вполне понятно – задачи организации и функционирования системы внутреннего контроля предприятия

невозможно решить без надлежащего решения основных задач системы бухгалтерского учета, определенных в Законе о бухгалтерском учете. Именно главный бухгалтер на предприятии отвечает за эффективность системы бухгалтерского учета и обеспечивает контроль за соответствием осуществляемых хозяйственных операций законодательству Российской Федерации, за движением имущества и выполнением обязательств. С другой стороны, система внутреннего контроля выходит за рамки тех вопросов, которые относятся непосредственно к функциям системы бухгалтерского учета, и обеспечить ее функционирование только силами финансовых служб невозможно.

Таким образом, для достижения этих целей должны быть разработаны соответствующие контрольные процедуры, зафиксированные в учетной политике предприятия [1]. Однако организация внутреннего контроля в коммерческих организациях государством не регламентируется. Этот процесс недостаточно разработан современной экономической наукой.

Так, в передовой мировой практике под внутренним контролем понимается непрерывный, системный процесс, охватывающий все сферы деятельности компании. Это означает, что система внутреннего контроля помогает предотвратить, выявить и скорректировать существенные ошибки в операционной деятельности компании. Основными целями организации внутреннего контроля на предприятии являются: осуществление упорядоченной и эффективной деятельности предприятия; обеспечение соблюдения политики руководства каждым работником предприятия; обеспечение сохранности имущества предприятия. Следовательно, внутренний контроль направлен на постоянное совершенствование хозяйственных процессов, что является жизненной необходимостью современного предприятия [2]. Так как внутренний контроль – важный элемент организационной структуры, необходимо, чтобы акционеры, менеджмент и сотрудники компании имели исчерпывающее представление о современной модели внутреннего контроля, процедурах контроля и методах интегрирования системы контроля в деятельность организации.

Сегодня все больше появляется публикаций, посвященных становлению и развитию внутреннего контроля в России. Проблемы внутреннего контроля широко обсуждаются на научных конференциях различных уровней. В России еще как следует не разработана методологическая и организационная база внутреннего контроля. Следовательно, возникает необходимость обобщения своей и зарубежной практики внутреннего контроля (аудита) и разработки технологий проведения контрольных проверок. При этом необходимо иметь в виду, что в связи с осуществляемыми в России экономическими реформами перед отечественной наукой стоит задача разработки новых концепций систем внутреннего контроля, учитывающих российскую специфику.

Литература

1. Внутрихозяйственный контроль – это актуально! // Эпиграф, 2000, №19 (www.epigraph.sinor.ru).
2. Пышная Е.Б. Особенности процесса внутреннего контроля // Наука, 2002, №3.

Сравнительный анализ состояния российского и зарубежных рынков акций

Дорохов Евгений Владимирович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: edorokhov@mail.ru

В качестве обобщающего показателя масштаба рынка акций, как правило, рассматривается капитализация, рассчитываемая как величина совокупной курсовой стоимости акций, допущенных к торговле на фондовых биржах определенной страны.

Таблица 1. Капитализация мировых рынков акций

Страна	Капитализация рынка акций, на конец периода, млн. долл.						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Великобритания	1996225	2372738	2855351	2612230	2164716	1856194	2460064
Германия	825233	1086749	1432167	1270243	1071749	686014	1079026
США	10730627	12647941	16732963	15214416	13826485	11055455	14266023
Франция	674368	991484	1496938	1446634	1067600	1025600	1237600
Япония	2160585	2439549	4463298	3157222	2264528	3561160	4904617
Все развитые рынки	20877487	24978849	32877000	29393953	25175087	22004722	29268952
Бразилия	255478	160886	227962	226152	186238	121640	226358
Гонконг	413323	343567	609090	623398	506073	463055	714597
Китай	206366	237036	330703	591029	530000	463091	512979
Россия	128207	20598	50000	43900	82900	114700	197200
Все формирующиеся рынки	2229508	1895287	2889205	2632898	2500000	2961593	4570176
Весь мир	23106995	26874136	35766205	32026851	28875100	24966316	33839129

Если рассматривать место фондовых рынков в экономике в целом, то можно отметить, что, начиная с 1980 г., соотношение между капитализацией и ВВП в мире в целом увеличилось с 23 до 86%, что является очередной иллюстрацией значительного усиления роли фондового рынка, который приобрел ведущее значение в общей системе финансовых рынков.

Таблица 2. Относительные масштабы национальных рынков акций

Страна	Размеры капитализации национальных эмитентов относительно ВВП, %											
	1913	1929	1938	1950	1960	1970	1980	1990	1995	2000	2002	2003
Бразилия	16						6	3	25	38	26	46
Великобритания	109		192	86	115	199	38	87	122	181	118	137
Германия	45	35	18	15	35	16	9	22	24	68	34	45
Китай									6	55	36	36
Россия	18								5	17	34	46
Сингапур									195	167	115	163
США	41	75	56	33	61	66	50	56	98	155	105	130
Франция	78		19	8	28	16	8	26	33	104	71	70
Япония	49	120	181	5	36	23	36	99	69	66	90	114
Весь мир	41	39	44	32	30	35	23	42	62	102	71	86

Эти данные свидетельствуют о том, что по соотношению капитализации к ВВП российский рынок акций достиг уровня некоторых развитых стран и обогнал многие страны с развивающимися экономиками, но остался существенно ниже стран с развитыми экономиками. Относительно высокое значение данного соотношения характеризует именно потенциал рынка акций, который ранее фактически не использовался в целях прямого финансирования корпоративных инвестиционных программ.

Еще одной значимой тенденцией 90-х годов практически во всех странах явилась резкая активизация торговли акциями. Отечественный рынок акций имеет при этом следующие параметры в сравнении со смежными рынками (табл. 3).

Если оценивать отечественный рынок акций в целом (табл. 4), то можно отметить, что после 70-летнего перерыва удалось создать развитую технологическую и регулятивную инфраструктуру, ввести в обращение значительное количество видов ценных бумаг и занять 26–28 место в мировой иерархии рынков, ранжированных по объемам оборотов (из расчета оценки оборота российского рынка акций в 85–90 млрд. долл.).

В то же время на фоне инвестиционного роста экономики страны и положительных сдвигов в развитии фондового рынка к концу 2004 г. постепенно накопились проблемы,

которые по признанию многих экспертов могут оказаться тормозом для дальнейшего наращивания инвестиций финансового сектора в экономику и несут в себе угрозу утраты Россией национального рынка капиталов.

Таблица 3. Сравнительный анализ оборотов по сделкам с акциями на российском и иностранных рынках

Рынки	Оборот по сделкам с акциями, млрд. долл.								
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
ММВБ	–	–	1.0	1.6	3.0	16.8	24.2	36.7	70.2
РТС	0.2	3.5	15.7	9.3	2.4	5.8	4.5	5.7	13.2
МФБ	–	–	н/д	0.9	0.5	0.7	0.8	0.2	0.0
Итого по России	0.2	3.5	16.7	11.7	5.9	23.3	29.5	42.6	83.4
Финляндия (Хельсинки)	19.2	22.0	36.3	61.1	109.9	208.3	171.0	175.3	180.8
Турция (Стамбул)	50.9	36.2	56.1	68.5	81.1	179.0	74.5	69.9	98.2
Польша (Варшава)	2.8	5.5	8.0	8.9	11.1	19.3	9.9	8.7	11.0
Австрия (Вена)	13.4	10.7	12.7	18.7	12.7	9.6	7.3	6.6	12.0

Таблица 4. Место России в мировой иерархии фондовых рынков (по показателю оборотов по сделкам с акциями)

	Рынки акций (по данным за 2003 г.)		Число рынков	
	Развитые рынки	Формирующиеся рынки	Развитых	Формирующихся
Рынки акций, обороты которых превосходят российский рынок акций	Австралия, Бельгия, Великобритания, Германия, Испания, Италия, Канада, Нидерланды, США, Финляндия, Франция, Швеция, Швейцария, Япония	Бермуды, Гонконг, Индия, Китай, Колумбия, Корея, Саудовская Аравия, Сингапур, Таиланд, Тайвань, Турция, ЮАР	14	12
Рынки акций, обороты которых меньше российского рынка акций	Австрия, Греция, Дания, Ирландия, Исландия, Кипр, Люксембург, Новая Зеландия, Норвегия, Португалия	Азербайджан, Аргентина, Армения, Бангладеш, Барбадос, Бахрейн, Болгария, Ботсвана, Бразилия, Венгрия, Венесуэла, Гана, Египет, Зимбабве, Израиль, Индонезия, Иордания, Иран, Казахстан, Кения, Киргизия, Коста-Рика, Кувейт, Ливан, Латвия, Литва, Маврикий, Малайзия, Мальта, Марокко, Мексика, Намибия, Нигерия, Пакистан, Палестина, Панама, Парагвай, Перу, Польша, Румыния, Свазиленд, Словакия, Словения, Тунис, Украина, Филиппины, Хорватия, Чехия, Чили, Шри-Ланка, Эстония, Югославия, Ямайка	10	53

О наличии структурных диспропорций на российском фондовом рынке

Дорохов Евгений Владимирович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: edorokhov@mail.ru

К числу длительных деформаций отечественного фондового рынка, неизбежно ограничивающих спрос на российские ценные бумаги и ликвидность рынка, которые препятствуют честному и справедливому ценообразованию, можно отнести

олигополистичность и фрагментарность в присущей рынку структуре, а также его сверхконцентрацию на небольшом количестве акций.

Для российского рынка акций характерна типичная ситуация существования олигополии: 15–25 универсальных банков и брокерских компаний, составляющих 5–20% числа компаний, заключающих сделки на организованных рынках, формируют 60–90% торгового оборота. С другой стороны, очень высока степень концентрации российского рынка на нескольких акциях. Представление об указанной степени концентрации можно получить с использованием информации по ведущим российским биржам.

Можно также свидетельствовать о том, что российский фондовый рынок отличается фрагментарностью. Его характерными чертами являются разделенность на мелкие сегменты, формируемые отдельными торговыми системами; существование информационных барьеров между ними; затрудненность доступа различных групп инвесторов и финансовых посредников; нарушение принципа свободного и честного ценообразования на открытом и эффективном рынке. Кроме того, фрагментарность рынка ценных бумаг усиливается и фактом осуществления основного объема операций в долларах США во второй по значению отечественной торговой системе – РТС. Это возводит дополнительный валютный барьер между рынками в силу того, что на ММВБ измерение цен и сделок производится в рублях. Имеется также ряд искусственно введенных ограничений на обращение акций ОАО Газпром на ММВБ и в РТС, что теоретически открывает широкие возможности для манипулирования рынком и нарушения условий равной конкуренции.

Признаки нарушения справедливого ценообразования проявляются и в существовании значительного по объему рынка депозитарных расписок на акции российских эмитентов. Рынок депозитарных расписок на акции российских эмитентов не является сегментом российского рынка ценных бумаг из-за дополнительных административно-правовых, технологических, временных барьеров. Однако значительный объем торгового оборота по депозитарным распискам, сопоставимый с оборотом на российском рынке ценных бумаг, создает условия для активного информационного взаимодействия зарубежного сегмента с российскими. Наличие барьеров между ними может усилить информационную асимметрию.

В заключение обсуждения вопроса о рыночной структуре фондового рынка следует также отметить, что незначительность его доли в финансировании воспроизводственных процессов привела к формированию узкоотраслевого представления эмитентов на организованном рынке. Предприятия топливно-энергетического комплекса обеспечивали на начало сентября 2004 г. 60% всей капитализации российского фондового рынка и, в то же время, занимали всего лишь 18% в структуре промышленного производства. Доля отраслей обрабатывающей промышленности, финансового и телекоммуникационного секторов составляла 16.3% (для сравнения: в Бразилии – 71%, в Турции, Польше и Чехии – более 90%). Первое место по объему промышленного производства (20%) имели машиностроение и металлообработка, однако в структуре суммарной капитализации данная отрасль была представлена всего 1.5%.

Обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств: европейский опыт и пути совершенствования закона в России

Дунюшкина Анастасия Сергеевна

молодой ученый

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: olga-lesia@mail.ru

Прошел уже год с момента вступления в силу закона «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств», с уверенностью

можно сказать что он работает , хотя по результатам прошедшего года очевидно, что этот закон требует доработки. Прежде всего это связано с особенностями российского страхового рынка, он пока что закрыт для иностранных страховых компаний и тем самым, мы не можем в достаточной мере использовать опыт развитых стран, в том числе европейских. где этот закон действует уже давно . Трудно сказать выиграем мы или проиграем если российский страховой рынок пойдет по пути либерализации и будет открыт для иностранных страховых компаний - прогнозы самые разные. Поэтому сейчас было бы полезно сравнить результаты от введения автогражданки в России и какой-либо европейской страны, скажем на примере Ирландии., где закон об обязательном страховании автогражданской ответственности был принят в 1961 году.

В Ирландии закон принят был путем внесения поправок в Road Traffic Act. регулирующий дорожное движение . За все время в закон не вносилось какие –либо существенные изменения, касающиеся ОСАГО (обязательного страхования автогражданской ответственности), одна из последних поправок была внесена в 1964 г., она устанавливала обязанность водителей прикреплять к ветровому стеклу автомобиля специальный знак, свидетельствующий о наличии у водителя полиса обязательного страхования (insurance windscreen disc). Отсутствие случаев концептуального пересмотра Закона объясняется не только тщательной проработкой документов на стадии их принятия, но также диагностикой и детальной проработкой состояния этого сегмента страхового рынка. В Ирландии есть специальная программа , разработанная советом по автострахованию MIAВ (Motor insurance Advisory Board). Эта организация способствует не только четкому исполнению закона автовладельцами , но и лоббирует их интересы.

Прежде всего стоит сказать , что стоимость полиса ОСАГО в Ирландии довольно высока. Однако, в отличие от России, к решению этой проблемы подошли со стороны снижения аварийности и тяжести ДТП, тем самым снижая долю страховых выплат лежащих на долю страховщиков. В Ирландии разработан комплекс мер, одни реализуются на уровне государства, другие на уровне страховых компаний и страхового общества в целом. Первая мера по снижению аварийности введенная государством — системой штрафных баллов (Penalty points). Подобная система существовала в СССР(талон предупреждения). Суть заключается в том, что за каждое нарушение водителю присваивается определенное количество штрафных баллов. Когда количество превысит установленный уровень, к водителю применяются санкции вплоть до лишения водительских прав. Согласно оценкам специалистов Ирландского союза страховщиков введение системы штрафных очков позволило снизить количество ДТП на 15%. Другим способом снижения убыточности стала целенаправленная борьба со страховым мошенничеством. По оценкам специалистов, мошеннические действия обходятся страховщикам в 60 мил. евро ежегодно. При этом акцент сделан на борьбе не с организованными преступными группами (которые в Ирландии отсутствуют), а с «бытовым» мошенничеством, когда потерпевший завышает размер ущерба, Для реализации этих мер создана специальная «горячая линия», куда может обращаться население, совершенно анонимно.

Рекламные мероприятия, направленные на снижение выплат сопровождаются агрессивной PR- кампанией. Рекламные ролики, транслируемые по ТВ, ставят своей целью как можно более сильно стимулировать водителей к безаварийной езде. Наибольшую реакцию вызвали ролики показавшие в замедленном действии гибель людей в ДТП. Другие ролики, в основном, напоминают о применяемых наказаниях к нарушителям правил дорожного движения(количество штрафных баллов, денежные штрафы и т.д.). PR-кампания финансируется за счет средств страховых компаний через ИФ. В 2003 году на эти цели было выделено 1,24 млн. евро.

Разработка страховой компании “АХА”- система “TRAKSURE”, также направлена на снижение убыточности по ОСАГО, правда в рамках Компании. Например, она дает

значительную скидку(20-50%) молодым водителям, устанавливающим на свои машины систему слежения "TRAKSURE". Устройство позволяет вести контроль за скоростью машины и ее местоположением. Скорость автомобиля и его местоположение фиксируются каждые 15 сек. За счет информации, получаемой от приемников спутниковой системы глобального позиционирования (GPS). В случае нарушения компания начисляет водителю собственные штрафы. Преимущества такой системы в том что она успешно используется для поиска угнанных автомобилей.

Проблема высоких убытков по ОСАГО характерна для многих европейских стран, сейчас с этой проблемой столкнулись и российские страховщики. Поэтому необходимо четкое взаимодействие государства и страховых компаний для разработки мер по снижению негативных эффектов от действия Закона, стимулирование к его правильному и добросовестному исполнению.

Особенности рекламной деятельности банков

Ефименко К. Б.

студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Цели рекламной кампании банка определяются принятой общей стратегией маркетинга банка и его коммуникационной стратегией. Большое разнообразие всевозможных целей можно свести к двум большим группам: 1) цели в области сбыта или направление на непосредственное побуждение к определенным действиям и 2) цели в области коммуникаций или косвенного воздействия.

Осуществление целей в области сбыта ведет к осязаемому приросту таких показателей, как объем продаж. Цели в области коммуникаций направлены на передачу определенных идей, формирование имиджа и изменение потребительских привычек, что содействует росту уровня сбыта на долгосрочных временных интервалах.

Цели рекламы служат исходным пунктом при разработке рекламного обращения. Прежде всего необходимо осуществить обзор специфических свойств предлагаемых продуктов и разработать перечень достоинств и выгод, извлекаемых клиентом из их потребления. Процесс развития рекламы во многом зависит от реакции получателей рекламного сообщения, поскольку реклама - это много направленная форма коммуникации, вызывающая цепную реакцию. Эта реакция затрагивает всю коммерческую сеть банков, его клиентов, а также конкурентов. Следовательно, реклама имеет мультипликационный эффект воздействия как на экономику, так и на общество и эффект этого воздействия зависит от профессионализма.

Банковскую рекламу следует рассматривать как коммерческую (товарную и брэндовую) и некоммерческую (институциональную и фирменную) рекламу. В финансово-банковской сфере реклама конкретных услуг осуществляется на фоне доминирования рекламы брэнда банка, что характерно для сферы услуг. Реклама брэнда и товарная реклама имеют различную динамику развития: жизнь товарной рекламы зависит от жизни конкретной банковской услуги, а жизнь рекламы брэнда имеет более сложную динамику, поскольку она продвигает банковские услуги за счет продвижения брэнда, таким образом, она должна учитывать динамику продвижения всех банковских услуг. Кроме того, реклама брэндов банков развивается под сильным воздействием конкурентных факторов. Сравнивая существование во времени коммерческой и некоммерческой рекламы, можно отметить, что коммерческая реклама базируется на стратегии маркетинга банка и включается в действие, когда необходимо воздействовать на потребителей банковских услуг. Динамика развития некоммерческой рекламы, охватывающей все общество, имеет сложный характер. Некоммерческая реклама непосредственно не связана с продвижением банковских услуг на рынке, она создает банку имидж как солидному экономическому институту.

Рекламировать банковские услуги гораздо сложнее, чем любой другой вид продуктов. Здесь есть много ловушек, в которые легко угодить. Основное отличие банковских операций от всех других состоит в том, что их, образно выражаясь, далеко не всегда можно ошутить с помощью пяти имеющихся у человека органов чувств, нельзя сфотографировать или изобразить предметно. Не случайно в рекламе банков рекламисты вынуждены часто демонстрировать образы, так или иначе передающие характеристики и особенности этого специфического вида товара — банковских услуг. Диапазон таких предметных образов чрезвычайно велик: от аксессуаров банковской деятельности (чеки, пластиковые карты, векселя, наконец, просто деньги) до цветов и животных, выступающих в банковской рекламе в качестве средств иносказания.

Здесь кроется первая и основная опасность: увидев рекламу с изображенным на ней предметом для рекламы той или иной банковской услуги, потребитель может воспринять это изображение не как иносказание, а как прямую рекламу изображенного предмета. История банковской рекламы знает немало примеров, когда рекламное изображение, призванное служить средством иносказания, было понято потребителем буквально, что привело к непониманию рекламы.

Для банковской рекламы задача точного определения стимулов и мотиваций, на которых должно быть основано рекламное сообщение, становится вопросом не просто важным, а решающим. Другой важной особенностью банковской рекламы является следующее. Не имея возможности продемонстрировать товар напрямую из-за в определенном смысле «не материальности» банковских услуг, банк вынужден в качестве средств убеждения использовать образ производителя, справедливо полагая, что положительное отношение к производителю автоматически будет перенесено на произведенные услуги. Еще одна особенность, о которой стоит сказать отдельно, — индивидуальность банковских услуг. Большинство промышленных товаров производится для массового потребителя. Розничный продавец, выкладывая на прилавки свой товар, не думает о каждом покупателе в отдельности. Для него они объединены в широкие социальные группы.

С банковскими услугами дело обстоит иначе. Каждый покупатель банковских услуг индивидуализирован в глазах продавца. Банки должны знать своих клиентов если не в лицо, то, по крайней мере, по именам (поименный банк данных на всех покупателей своих товаров). Кроме того, банки всегда работают с более или менее постоянной клиентурой. Многие услуги, оказываемые банком своим клиентам, рассчитаны на длительный срок. Депозитные и текущие счета, индивидуальные сейфы, пластиковые карты — услуги долгосрочные, и отдачу они дают через значительный промежуток времени. Поэтому при рекламе банков значительно больше, чем в других видах реклам используются приемы, призванные демонстрировать личное общение, персонифицировать связь клиента и банка, создавая в общем и целом взаимную ауру доверия.

Доверие есть неременное условие успеха рекламы. Для того, чтобы потенциальный потребитель решился на покупку товара, он должен проникнуться доверием к производителю, позитивно восприняв его рекламу. Что касается банковской рекламы, — фактор доверия здесь основной и решающий. Ведь трудно заставить человека расстаться со своими деньгами сейчас, в данный момент, обещая выгоду только в будущем. Что кроме твердой уверенности в надежности и порядочности банка может убедить клиента отдать ему свои сбережения? Вот почему с начальных шагов формирования рынка банковской рекламы и по сей день доверие и надежность являются наиболее популярными и часто тиражируемыми темами банковской рекламы во всем мире.

Показателем, отличающим банковскую рекламу от всех других видов рекламы, по праву может считаться и разнообразие услуг, оказываемых банками. Если при рекламе промышленного товара мы имеем дело с одним объектом рекламы, то, рекламируя банк, мы должны представить клиенту информацию о целом комплексе услуг. Обычно банки проводят самостоятельные рекламные кампании для каждой из услуг, объединенные единым стилем подачи рекламного материала.

Проблемы выбора ставки дисконтирования при неразвитом финансовом рынке

Жигирь Алена Александровна

молодой ученый

Тихоокеанский государственный экономический университет, Владивосток, Россия

E-mail: alena-zh@mail.ru

В экономическом смысле ставка дисконтирования – это рыночная стоимость капитала. При этом она отражает требуемую инвесторами норму дохода на вложенный капитал в сопоставимые по уровню риска объекты инвестирования.

Основными и наиболее распространенными в зарубежной практике методами расчета ставки дисконтирования являются следующие:

- модель оценки капитальных активов (САРМ – Capital Asset Pricing Model) – определяется для денежного потока для собственного капитала;
- модель средневзвешенной стоимости капитала (WACC – Weighted Average Cost of Capital) – определяется для денежного потока для инвестированного капитала.

Модель оценки капитальных активов была разработана рядом крупных исследователей финансового рынка во главе с У. Шарпом. В своем классическом варианте формула модели выглядит следующим образом: $R = R_f + \beta(R_m - R_f)$, где R – ставка дисконтирования; R_f – норма дохода по безрисковым вложениям; R_m – среднерыночная норма доходности; β – коэффициент бета. Исследователи называют САРМ «изящной научной теорией», имеющей солидное математическое обоснование и не зависящей от субъективизма исследователя. Но для того, чтобы она работала необходимо соблюдение такого заведомо нереалистического условия как наличие абсолютно эффективного финансового рынка с хорошо развитой информационной инфраструктурой. Это предполагает наличие финансовых инструментов, реально обеспечивающих доходность, которая может быть определена как безрисковая. Противники использования САРМ в России приводят два основных аргумента: российский финансовый рынок нельзя назвать идеальным, как этого требует модель. Кроме того, в стране отсутствует достаточный для применения модели объем данных. На западе строят модель САРМ для периода в десятки лет. В России можно найти данные о котировках на фондовом рынке лишь за 8-12 лет. При этом торгуются в основном акции трех десятков компаний. Имеются трудности в определении, по сути, всех элементов модели.

Для оценки стоимости капитала, сформированного из различных источников, существует модель WACC: $R(WACC) = k_d * (1-t_c) * w_d + k_p w_p + k_s w_s$, где k_d – стоимость привлеченного заемного капитала; t_c – ставка налога на прибыль; w_d – доля заемного капитала в структуре капитала предприятия; k_p – стоимость привилегированных акций; w_p – доля привилегированных акций; k_s – стоимость обыкновенных акций; w_s – доля обыкновенных акций.

Использование средневзвешенной стоимости капитала в качестве ставки дисконтирования имеет немаловажное преимущество – метод дает возможность точно рассчитать стоимость капитала, по которой можно судить, по крайней мере, об одном из возможных вариантов альтернативного использования ресурсов – возврате денег акционерам и кредиторам пропорционально их вкладам в капитал предприятия. Однако при практическом применении данный метод нуждается в серьезной корректировке, так как обладает рядом недостатков:

- цена собственного капитала не соответствуют рыночному уровню доходности (т.к. у большинства предприятий отсутствуют котировки акций на открытом рынке). Кроме того, метод может быть полноценно реализован лишь для компаний, выплачивающих дивиденды. Многие же российские компании к таковым не относятся;
- цена заемного капитала (в тех случаях, когда он используется) часто искажена ввиду льготного характера предоставляемых кредитов, запутанности схем кредитования или наличия просроченной задолженности;

– WACC отражает текущую стоимость совокупности источников капитала и не учитывает рыночные, систематические риски компании.

Таким образом, выявляется ситуация, когда отсутствие требуемой финансовой статистики позволяет использовать лишь субъективные способы оценки ставки дисконтирования. Что тут можно предложить? По большому счету необходимо продолжать поиски приемлемой для расчета ставки дисконтирования статистической информации, которая могла бы повлиять на повышение общего уровня объективности заключений оценщиков. Возможно, стоит подумать о модификации модели CAPM для российских условий на основе доступных баз данных.

По сути, только с развитием финансового рынка можно рассчитывать на реальные изменения и повышение объективности ставки дисконтирования в оценке стоимости отечественных компаний.

**Информационные системы управления предприятием.
Программное обеспечение анализа хозяйственной деятельности**
Иванова Елена Юрьевна

студент

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.Шухова, Россия

Создание современной эффективной и гибкой системы управления предприятием предполагает широкое использование анализа хозяйственной деятельности, как наиболее важного инструмента количественной и качественной оценки, необходимого для выработки профессиональных управленческих решений.

Сегодняшний рынок программного обеспечения у нас предлагает довольно широкий ассортимент программ, которые предназначены для экономического анализа хозяйственной деятельности, а также для финансового менеджмента и аудиторских проверок. Большинство аналитических программ являются отдельными программными модулями или подсистемами комплексной системы автоматизации предприятия. Эти программы разработаны в рамках определенной бухгалтерской системы, но могут эксплуатироваться и автономно.

Они основываются на использовании стандартной бухгалтерской и статистической отчетности, уже сформированной в комплексной системе. Тем самым исключается специальная достаточно трудоемкая технологическая операция ручного ввода исходной информации. Данные автоматически экспортируются, рассчитываются и представляются в удобной для осмысления табличной либо графической форме.

Информационные системы постоянно видоизменяются, появляются новые информационные потоки, обусловленные широким внедрением средств вычислительной техники и расширением производственных и финансовых связей предприятия. Выделяют три вида информационных систем: гибкие, корпоративные и интегрированные. Для реализации функций управления в современных системах разрабатываются многопользовательские программные комплексы, которые называются корпоративными информационными системами. Это системы управления достаточно крупным предприятием, имеющим сложную организационно-производственную структуру. Корпоративные автоматизированные информационные системы включают в себя значительно больше функций, чем просто управление предприятием.

На рынке программных средств представлено большое число программ, разработанных различными фирмами-производителями, использование которых создает проблему их стыковки друг с другом. По мере развития информационных технологий возможности взаимодействия программного обеспечения различных производителей увеличиваются, однако эти процессы явно недостаточны.

На рынке программного обеспечения в настоящее время выделяют пять основных программ, которые предназначены для экономического, в том числе финансового

анализа. Основными из них являются: модуль «Финансовый анализ» «Галактики», «БЕСТ-Ф», «IC:АФСР», «Анжелика», «ИНЭК-Аналитик». Каждая программа ориентирована на определенный вид хозяйственной деятельности. Не все системы позволяют задавать нормативные значения рассчитываемых показателей. Между тем для некоторых относительных показателей, таких, например, как показатели ликвидности, наличие нормативных значений является обязательным, поскольку без них невозможно правильно интерпретировать результаты анализа. Но даже при тщательном сравнении нельзя дать однозначного ответа на вопрос: «какой из программных продуктов лучше?». Каждая решает определенный круг вопросов, а результаты анализа представляются как в виде аналитических таблиц, так и в виде графиков. Также следует отметить, что современное программное обеспечение по автоматизации экономического анализа развивается по пути сближения по своим функциональным возможностям с экспертными системами и переходит в новое качественное состояние — OLAP-систему (On-Line Analytical Processing). Наряду с аналитическими (на основе ретроспективной информации), некоторыми имитационными и оптимизационными задачами они в будущем станут решать задачи типа «Разработка знаний» (Data Mining) — определение взаимосвязей и взаимозависимостей бизнес-процессов на основе существующей информации. К данному классу можно отнести задачи проверки статистических гипотез, поиска ассоциаций. Например, путём анализа экономических и финансовых показателей деятельности банков, которые впоследствии обанкротились, предприятие может выявить некоторые стереотипы, с тем, чтобы учесть их при выборе банка-партнёра. В настоящее время нерационально приобретать отдельные пакеты, не имеющие средств интеграции в единую систему автоматизации.

В заключение отметим, что программные продукты динамично развиваются, появляются их новые версии, обладающие более высокими потребительскими качествами. В этих условиях потенциальному пользователю важно определить стратегию выбора и быть готовым к самосовершенствованию вместе с развитием программных средств.

О критериях достаточности золотовалютных резервов⁵

Иванова Елизавета Николаевна

соискатель

ООО «Фирма «Барс», Москва, Россия

E-mail: fgupnicpv@mail.ru

Рассмотрим интересный и в то же время достаточно провокационный подход у автора [1], который, муссируя ставший болезненным для всех экономистов и политиков вопрос об оптимальной величине отечественных *золотовалютных резервов*, и, опять же опуская теоретическую подоплеку необходимости существования двухкомпонентной кредитно-денежной системы в условиях России (на внутреннем рынке обращается рубль, а на внешнем резервная валюта — в основном доллар), предлагает как величины, до которых можно было бы, на его взгляд, уже сегодня сократить такие резервы и, что еще более опрометчиво, на наш взгляд, — предлагает методы такого вот сокращения. Не будем останавливаться на аргументах этого автора, укажем только, что прогнозные макроэкономические оценки должны содержать не только конкретные количественные величины анализируемого параметра, но, что особенно важно, вероятностные характеристики того или иного используемого в данном случае сценария, а, попросту говоря, — те самые финансовые риски в виде величин среднеквадратичных отклонений, которые в обязательном порядке фигурируют во всех прогнозных макроэкономических проектах.

⁵ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, проект № 05-02-02336 «а».

Именно с учетом последнего замечания, авторы, например, работы [2] предлагают последовательную стохастическую модель, как раз и описывающую указанные выше количественное и качественное соотношения двух компонент отечественной кредитно-денежной системы. При этом значение реального оптимального валютного курса рубля по отношению к корзине валют, а также значение оптимальной относительной величины золотовалютных резервов описываются соответствующими *двухмерными распределениями на плоскости «эффективность-риск»*. И, естественно, собственно конечные уже одномерные численные величины таких соотношений в реальности будут всецело зависеть от склонности управляющего ими экономического агента (или группы агентов) к риску. В данном случае масштаб такого обобщенного риска будет характеризоваться неопределенностью как условий и момента времени возникновения валютного кризиса, так и масштабами потребных в будущем средств бюджета на устранение его, этого кризиса, последствий. Конкретная же величина выбранного таким образом, «рабочего», риска как раз и будет определяться указанной выше склонностью к рискам агента, управляющего описанными выше качественным и количественным параметрами экономики, в частности, - валютным курсом и размером государственных резервов. Укажем попутно еще на одну особенность предложенной в работе [2] модели по выбору указанных оптимальных параметров – *диверсификацию рисков*, т.е. модель предлагает рассматривать такое именно двумерное распределение «эффективность-риск», для которого при любой выбранной эффективности риск всегда будет минимален.

Но это еще не все, что касается чисто субъективной стороны дела в таких, казалось бы объективных вопросах как макроэкономика в рамках целой страны. Предложенная авторами работы [2] модель оптимизации величины и структуры золотовалютных резервов является по своей сути двух шаговой инвестиционной моделью. На первом шаге условный инвестор с учетом выбранной им величины риска вкладывает (инвестирует) активы страны в состав валютных резервов. На втором шаге он вынужден опять же вкладывать активы страны в мероприятия по локализации возможного валютного кризиса. И на первом, и на втором шаге присутствует значительная неопределенность оценки возможной макроэкономической ситуации, поэтому при том и другом инвестировании присутствуют риски. Учет, в том числе количественный, поведения инвестора в условиях такой двух шаговой схемы неизбежно приходится вести с учетом *эффекта дисбаланса рисков* [3] в условиях всегда присутствующей при принятии подобных макроэкономических решений, особенно в российской действительности, психической дезадаптации личности, когда при недооценки реальных рисков на первом шаге инвестор обязательно переоценивает последующие риски на втором инвестиционном шаге. Кстати, в первом приближении для выбора оптимальной величины резервов как раз величина дисбаланса рисков и может рассматриваться как одна из составляющих величины итогового риска, которая, в частности, описывает риск для величины ущерба от возможного валютного кризиса.

В реальности, величина подобного дисбаланса может быть соизмерима с базовой величиной риска для ущерба от кризиса, что в итоге, при рассмотрении итогового модельного распределения «эффективность-риск», может даже удвоить параметры распределения собственно рисков, соответствующего наличному интервалу эффективностей (если же быть пунктуальными – интервалу суммарных издержек по накоплению, обслуживанию, хранению золотовалютных резервов и, что наиболее значимо – по устранению последствий возможного валютного кризиса).

Если же вернуться к работе [1], в которой автор предлагает ограничить наращивание отечественных валютных резервов и даже направить часть из уже имеющихся на более, по его мнению, приоритетные задачи, нежели поддержание стабильности кредитно-денежной системы, то мы увидим, что он в качестве издержек рассматривает только их незначительную часть – лишь издержки хранения в виде 2 млрд. долл. в год. Да к тому же еще притом, что ни о каких финансовых рисках у него

даже нет упоминания. Ведь для приемлемых в современной мировой макроэкономической практике величин финансовых рисков (хотя соответствующие расчеты пока не проведены) возможно, не только 73 млрд. долл. золотовалютных резервов, как то предлагает упомянутый автор, не хватит, но даже и имеющихся на сегодня в ЦБ РФ 107 млрд. долл. валютных резервов будет мало. Но это, тем не менее, еще не единственное, на наш взгляд, методологическое упущение указанного автора. Да, золотовалютных резервов в стране следует иметь строго определенное количество, это понятно. Но вот вопрос - как распорядиться резервами при их излишках? Упомянутый автор, как уже говорилось, предлагает взять и потратить их, пусть даже очень эффективно. На самом же деле, следует поступать принципиально по-другому. *Если золотовалютных резервов излишек в стране – следует увеличивать денежную базу в виде денежных обязательств расширенного правительства через реализацию кредитования промышленности и экономики в целом посредством перехода на практику бюджетного дефицита*, как это настоятельно предлагается в работе [4]. Это наиболее перспективное «расходование» резервов с точки зрения формирования предпосылок для экономического роста, что нами и было обосновано выше. Ведь, как предлагает все тот же автор, — взять валюту и даже рубли у ЦБ РФ нашему правительству безвозмездно нельзя, только в долг, и их все равно придется отдавать, – а валюту отдавать опять же - в валюте. Это предусмотрено положением о ЦБ РФ. Ведь на то они и государственные резервы, чтобы с ними обращались очень и очень осторожно.

Учет субъективного фактора, столь значительно влияющего, как показано нами, на выбор макроэкономических параметров, отнюдь не является здесь чем-то экзотическим. Более того, это как раз и есть тот самый *наноэкономический подход*, когда решение проблемы описания и организации человеческого поведения сосредотачивается на анализе не только и, может быть, не столько внешних условий существования такого экономического агента, но особенностей его внутренней психологической и ментальной конструкции, опыта и привычных подходов к решению проблем. Описанная выше модель, кстати, рассматривает поведение частично иррационального в общем случае агента, имеющего творческий дар и склонность к внелогическому поиску экономической истины. Тем более все это справедливо для сегодняшних условий России, где пока фактически господствует всецело «экономика физических лиц» [5].

Литература

1. Моисеев С. Пора остановиться // Ведомости, 10.11.2004.
2. Авдокушин Е., Иванова Е. Выбор параметров паритетного курса и золотовалютных резервов // Вопросы экономики, 2004, № 11.
3. Иванов А.А. Финансовый менеджмент в условиях психической дезадаптации // Журнал прикладной психологии, 2003, № 3.
4. Селезнев А. Проблемы бюджетной политики в 2005 г. // Экономист, 2004, №12.
5. Клейнер Г. Наноэкономика // Вопросы экономики. 2004, №12.

Страхование жизни как один из способов получения дохода

Исаев Антон Николаевич

студент

Зеленодольский филиал Института экономики, управления и права, Зеленодольск, Россия

E-mail: bikmullina@zel.ieml.ru

Корректно ли сравнивать страхование жизни и депозиты в коммерческих банках? Сейчас это более чем корректно и имеет смысл. В настоящее время проценты по срочным вкладам во многих банках составляют 8 – 13% годовых. Эти ставки, как правило изменяются в зависимости от ставки Банка России, которые в связи с укреплением рубля и снижением темпов инфляции за последние 1,5 года снизилась на 6 – 8% и сейчас составляет 13%.

В настоящее время механизм действия краткосрочного страхования жизни всё более приобретает формы депозитных операций.

Страховые компании за счёт взносов страхователей формируют фонды из которых в дальнейшем производят выплаты. На пополнение этих накоплений страховщики направляют часть инвестиционного дохода, полученного от размещения страховых резервов в ценные бумаги высокой доходности, остальное как правило идёт в прибыль страховых компаний.

Страховая компания может, но не обязана распределять среди страхователей полученный реальный инвестиционный доход. Размер начисляемого дополнительного дохода определяется страховой компанией чаще всего по своему усмотрению[1].

Наметилась тенденция среди страховых компаний в этой области, так в Республике Татарстан страховая компания АIG – Россия по основным программам страхования жизни по итогам года начисляет доход в размере 10,16% годовых/в рублях, по дополнительной программе страхования «турбосчёт» 12,4% годовых в рублях на один полис, Военно-страховая компания начисляет 9,3%, Росгосстрах начисляет 8,7%.

Основное преимущество «страхования жизни», это то что несмотря на высокие темпы инфляции обладатель полиса индивидуального страхования жизни получит стабильный доход, в случае же с депозитами, инфляция (а это около 12%) полностью покрывает проценты по депозитам. Поэтому для людей умеющих считать деньги есть возможность защитить свою жизнь и приумножить свое богатство. А для страховщиков при проведении эффективной рекламы это и новые клиенты это и прибыль и развитие остальных страховых продуктов. По статистике самые информированные – это страхователи жизни и здоровья детей, среди них 64% имеют хоть какое – то представление о страховых услугах. И поэтому многие страховые компании сейчас предлагают страховые продукты в пакете: полис ОСАГО с полисом долгосрочного страхования жизни. На территории Приволжского округа работает 186 страховых компаний (15% от зарегистрированных в России страховых компаний) и 225 филиалов иногородних страховщиков. После внесения изменений в страховое и налоговое законодательство России картина страхового рынка претерпевает серьёзные изменения [3].

Страховой рынок Поволжья – регион – лидер страхования в России. Но по накопительному страхованию жизни реальная картина заметно ухудшается. Так в Республике Татарстан объём премий по страхованию жизни уменьшился с 54% до 18% в 2002 году, а в 2003 г до 8,9%, в 2004 году до 5%[3]. Такая картина и в других регионах и это связано прежде всего с новой версией закона о страховом деле в России, в котором до 2007 года предстоит отделение страхования жизни от других видов страховых продуктов, поэтому некоторые страховщики уже сейчас переводят договоры «по жизни» в специализированные дочерние компании[3].

Тревожный прогноз делают некоторые специалисты – это захват данного сектора страхового рынка иностранцами. Многим страховщикам придётся начинать страхование жизни с белого листа, многим не выдержать конкуренции в сфере сервиса услуг несмотря на не высокие страховые тарифы. Некоторые небольшие страховые компании, которым удастся сохранить самостоятельность и лицензии, будут по прежнему заниматься краткосрочным страхованием жизни, столь близким к депозитным операциям или налоговой оптимизации. Теперь «страхование жизни» один из способов получения дохода. Мы надеемся, это послужит толчком развития таких сегментов страхования как страхование жизни так и добровольное медицинское страхование и страхование от несчастного случая, это страховые продукты, которые должны присутствовать в жизни каждого человека, должны стать важным элементом «социального пакета» предоставляемого работодателями своим сотрудникам, которые обеспечат развитие Российского страхового рынка и успешную интеграцию с мировым страховым рынком [2].

Литература

1. Дедиков С.В. Долгосрочное страхование жизни или негосударственное пенсионное обеспечение // Финансы, №3 2004.
2. Дюжиков Е.Ф. Перспективы распространения практики включения страхования работников в социальный пакет // Финансы, №5 2004.
3. Ермасова Н.Б. Развитие региональных рынков страхования // Финансы, №1 2004.

Сопоставление критериальных показателей в различных системах оценки финансовой деятельности предприятия *Калашиков Никита Константинович*

студент

Тульский государственный университет, Тула, Россия

E-mail: kalashnikovn@mail.ru

Перспективы внедрения в российскую практику бухгалтерского учета элементов МСФО, а также проблема привлечения иностранных инвесторов на российский рынок вызывают необходимость рассмотрения принятых за рубежом методов анализа финансовой отчетности предприятий. Одним из наиболее распространенных подходов является исследование финансового положения предприятия с помощью ряда коэффициентов. Все многообразие используемых на практике соотношений можно классифицировать, в соответствии с принятыми критериями оценки деятельности организации.

Таблица 1. Наиболее распространенные финансовые коэффициенты, используемые в российской и международной практике

Характеризуемые показатели	Российские	Международные
Доходность, деловая активность, капиталоотдача	Различные показатели общей и чистой рентабельности	Доходность используемого капитала (ROCE)
	Валовая, реализационная или чистая прибыль на 1 руб. оборота	Доходность продаж (profitability of sales), процент валовой прибыли (GP %)
	Фондоотдача Оборачиваемость оборотных активов, запасов, дебиторской задолженности	Оборачиваемость запасов, оборачиваемость дебиторской задолженности, срок оборота кредиторской задолженности
Финансовая адаптивность, ликвидность	Коэффициенты автономии, маневренности, краткосрочной задолженности, обеспеченности запасов и затрат, и другие	Процент заемных средств в используемом капитале, обеспеченность процентов
	Коэффициенты абсолютной и текущей ликвидности, критический коэффициент ликвидности	Коэффициент покрытия (current ratio), коэффициент быстрой ликвидности (quick ratio)
Инвестиционная привлекательность организации	-	Доходность акций, доход в расчете на 1 акцию (EPS), отношение цены к доходу (P/E ratio), покрытие дивидендов (dividend cover)

Сравнение российских финансовых коэффициентов с международными выявляет много общего в способах их расчета и характеризующих ими явлениях. Однако существует и ряд различий, вытекающих в первую очередь из сложившихся методик учета хозяйственной деятельности и общей экономической ситуации в стране.

Одним из наиболее явных отличий является отсутствие в отечественном финансовом анализе коэффициентов, отражающих связь между доходами от акций и их

рыночной стоимостью. В то же время эти соотношения активно используются за рубежом как участниками фондового рынка при принятии решений о покупке или продаже акций, так и инвесторами, планирующими долгосрочные вложения.

Другое существенное отличие кроется в области ограничений нормальных значений некоторых коэффициентов. В целом, можно отметить более жесткие требования к показателям ликвидности и финансовой автономности фирмы в российской практике по сравнению с зарубежной. Так, например, часто применяемый при оценке платежеспособности российских предприятий критический коэффициент ликвидности имеет нижнюю границу равную 1, а сходный с ним по методике расчета показатель быстрой ликвидности считается нормальным при значении выше 0,7.

Еще одной отличительной чертой применяемого в нашей стране финансового анализа является сложное построение финансовых коэффициентов. Такой подход неминуемо ведет к потере прозрачности и удобства интерпретации полученных значений. Эта проблема вызвана главным образом неустоявшимися, постоянно меняющимися нормами бухгалтерского учета, которые затрудняют выработку универсальных и лаконичных коэффициентов.

Поскольку именно связь с установленным порядком учета и отчетности во многом определяет применимость для анализа тех или иных соотношений, в дальнейшем, по мере перехода к международным стандартам в этой области, возможности использования общепринятых в зарубежной практике коэффициентов возрастут.

Некоторые инструменты оценки деятельности открытых паевых инвестиционных фондов в России

Камалова Гузель Данисовна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: kamalowa@yandex.ru

Стремительное развитие паевых инвестиционных фондов (ПИФов) в России наблюдается с 2003 года. В 2004 году количественный и качественный рост ПИФов продолжился. Так, по оценочным данным Национальной лиги управляющих число фондов увеличилось со 154 на начало 2004 года до 292 на начало 2005 года, а стоимость чистых активов (СЧА) фондов выросла на 46,5%. Количество пайщиков за этот же период возросло более чем в три раза (с 20,3 тыс. человек до 68 тыс. человек).

В то же время необходимо отметить, что популярность паевых фондов как финансовых инструментов по-прежнему остается очень низкой по сравнению с популярностью традиционных банковских депозитов. Так, на конец 2004 года СЧА всех российских паевых фондов составляла около 6% от размера банковских депозитов (рублевых и валютных) физических лиц. Стоимость же чистых активов открытых и интервальных фондов (именно они выступают основным объектом вложений частных инвесторов) составляла всего 2% от объема депозитов.⁶ Таким образом, большинство частных инвесторов продолжает отдавать предпочтение наиболее консервативному способу хранения сбережений. При такой ситуации интересно оценить, какой уровень дохода за 2004 год принесли вкладчикам банки? Предварительно отметим, что уровень инфляции за 2004 год по данным Росстата составил 11,7%.

Так, по вкладам в рублях можно было получить максимум 18% годовых. Такие процентные ставки предлагали банки «Русский стандарт» и «Глобэкс». Чтобы получить доход по вкладам в евро, процентная ставка банка в конце 2003 года должна была бы превышать 6,49% годовых. Наиболее высокие проценты по годовым вкладам в евро предлагал «Русский банкирский дом» (10%), «Авангард» (9,5%) и «Глобэкс» (9–9,5%).

⁶ Антонец О. ПИФы в 2004 году / Директор-Инфо. 2005. № 3. с. 17.

Вклады же в долларах оставались убыточными. Так, чтобы сохранить свои сбережения, вкладчику нужно было выбрать банк, предлагавший по годовому вкладу 15,73% годовых. Максимальные ставки по годовому вкладу в долларах предлагал «Русский банкирский дом» (10%) и «Русский стандарт» (10%)⁷.

Средний же показатель доходности открытых паевых фондов за 2004 год составил около 13%. Однако этот показатель не отражает реальной ситуации. Разница в уровне доходности ПИФов на самом деле очень велика. Так, наименее успешные фонды по итогам года принесли своим инвесторам убытки в размере 8-9%, а наиболее успешные – доходы на уровне 35–45% годовых⁸. Таким образом, успешные паевые инвестиционные фонды показали более высокую доходность, чем банковские депозиты. Однако, по сравнению со сбережением средств на депозитах в банках, ПИФы, безусловно, имеют повышенный риск. Так, по Закону «О банках и банковской деятельности» банк устанавливает фиксированную процентную ставку по вкладу, в то время как управляющая компания такими правами не обладает. В силу того, что доходность паевых фондов является не фиксированной, а накопленной за год, то по итогам года ПИФы могут иметь и более высокую доходность, чем банковские депозиты.

В настоящее время большинство паевых фондов позволяет инвестировать средства в пределах 3–10 тысяч рублей, что потенциально может привлекать к этому инструменту внимание широкого круга частных инвесторов. Однако ПИФы показывают разные уровни риска и доходности, а увеличение количества фондов ставит перед инвестором сложную задачу: «Чем шире ассортимент, тем труднее сделать выбор».

Положительным моментом в развитии индустрии коллективных инвестиций можно считать расширение аналитического инструментария. Так, в 2004 году появилось два инструмента, призванных помочь инвесторам при выборе паевого фонда.

Первый инструмент – это рейтинг Национальной лиги управляющих (НЛУ), который определяется на основе коэффициента Шарпа (Sharpe Ratio). Данный показатель представляет собой отношение избыточной доходности фонда (превышения доходности фонда над доходностью безрискового актива) к уровню риска (стандартное отклонение результатов портфеля, т.е. изменчивость стоимости пая в прошлом)⁹:

$$RVAR_p = \frac{ar_p - ar_f}{\sigma_p}, \text{ где } ar_p - \text{средняя доходность фонда за данный промежуток}$$

времени; ar_f - средняя доходность безрискового актива; σ_p - уровень риска (стандартное отклонение результатов портфеля).

Данный показатель рассчитывается для трех групп открытых паевых инвестиционных фондов (фондов акций, фондов облигаций и фондов смешанных инвестиций). В рамках данного показателя оцениваются ПИФы, работающие на рынке более трех лет и имеющие СЧА средней стоимостью более 30 млн. руб.

В качестве безрискового актива аналитиками НЛУ выбран «Пополняемый депозит Сбербанка России на 1 год и 1 месяц» (в рублях) при сумме первоначального взноса от 1000 до 100000 рублей. Ставка в расчетах равна 8,5% годовых.

Положительное значение коэффициента Шарпа означает, что с учетом принятого риска фонд показал лучшую доходность по сравнению с доходностью безрискового актива. Коэффициент Шарпа позволяет судить о том, являются ли хорошие показатели фонда результатом грамотных инвестиционных решений, либо это результат чрезмерного риска. Наивысший рейтинг – пять звезд – получают ПИФы с самым высоким коэффициентом Шарпа. Рейтинг НЛУ присваивается отдельно по фондам акций, фондам облигаций и фондам смешанных инвестиций.

⁷ Ячеистов К. За долгим рублем / Деньги. 2005. № 4. с. 44.

⁸ Федоров Б. Русские горки / Наши деньги. 2005. № 1. с. 20.

⁹ Капитан М. Рейтинг ПИФов на 30 июня 2004 года / Инвестиции «+». 2004. № 6-7. с. 41.

Однако высокий рейтинг ПИФа не должен быть единственным критерием выбора в силу того, что коэффициент Шарпа рассчитывается на основе данных за прошедший период и свидетельствует об эффективности управления фондом в прошлом. Он не позволяет прогнозировать будущие результаты.

Второй инструмент – индексы паевых фондов («RUIF»), которые предложены аналитиками Рейтингового агентства «НАУФОР» (в силу ограниченности объема тезисов методология расчета данных индексов не приводится)¹⁰:

- индекс ценовой не взвешенный (*RUIF-“*”*);
- индекс ценовой взвешенный по СЧА (*RUIF-W“*”*);
- индекс СЧА (*RUIF-A“*”*).

Эти показатели отражают динамику основных показателей деятельности открытых паевых фондов (ОПИФов): стоимости пая и стоимости чистых активов. Рассчитываются они как для всех ОПИФов, так и отдельно для фондов акций, фондов облигаций и фондов смешанных инвестиций. Семейства индексов «RUIF» могут представлять интерес как для профессионалов рынка, так и для частных инвесторов. Профессионалам данные индексы, возможно, будут необходимы при аналитической работе и при работе с клиентами, а частный инвестор может сравнить результаты работы своего паевого фонда с усредненной динамикой рынка. Например, сравнивая ценовые индексы фондов акций и фондов облигаций, можно оценить, насколько интересны с точки зрения доходности вложения в долевыми и долговые инструменты. При падении фондового рынка, анализируя динамику этих ценовых индексов, можно судить о том, насколько ПИФы облигаций смогли компенсировать потери от снижения стоимости паев фондов акций. Несомненно, в рамках данных видов индексов существуют и многие другие возможности для анализа деятельности ПИФов.

**Необходимость ведения управленческого учета
для осуществления финансового планирования
Каморевцева Людмила Викторовна**

студентка

Ставропольского государственного аграрного университета, Ставрополь, Россия

E-mail: cniiad@stgau.ru

В развитых странах планирование выступает одним из важнейших инструментов регулирования хозяйства. Бизнес не может процветать без разработанных стратегических и оперативных планов и без контроля над их исполнением. В настоящее время руководители многих российских компаний принимают решения, которые касаются дальнейшей судьбы предприятия, основываясь на своей интуиции, а не на четких расчетах. Компаниям предоставлена возможность самостоятельно решать как все текущие вопросы производственной деятельности, так и определять путь их дальнейшего развития, разрабатывать миссию компании, стратегию развития, цели и задачи, которые необходимо достичь, для успешной реализации выбранной стратегии. Для того, чтобы реализовать все выше обозначенное, у предприятия автоматически возникает потребность в инструменте, который бы давал возможность менеджерам принимать обоснованные управленческие решения, соответствующие стратегическим интересам компании. Данным инструментом является управленческий учет, при помощи которого предприятие имеет возможность создать план, соответствующий выбранной стратегии и осуществлять постоянный контроль исполнения данного плана.

Единственным основанием для принятия управленческих решений являются объективные данные, которые находятся в актуальном состоянии, необходимым и

¹⁰ Антоненц О. ПИФы в 2004 году / Директор-Инфо. 2005. № 3. с. 19.

достаточном объеме. Руководитель всегда должен знать, насколько эффективно работает его компания, какие существуют факторы, оказывающие влияние на динамику продаж, каково соотношение доходов и расходов компании в определенный период. Необходим постоянный анализ хозяйственной деятельности, который дает возможность оценить изменения, выработать и реализовать эффективные меры для успешного ведения бизнеса в постоянно меняющейся рыночной среде. Так же управленческий учет дает возможность контроля как за результатами деятельности компании в целом, так и за отдельными структурными подразделениями.

Огромную роль управленческий учет играет в процессе финансового планирования. Невозможно разработать стратегию развития предприятия, предварительно не проанализировав текущее состояние. В то же время, только система отлаженного управленческого учета дает компании возможность уже в процессе реализации годового плана осуществлять необходимый контроль его исполнения и находить объяснения отклонений от плана.

Целью ведения управленческого учета является не только помощь руководителю принимать правильные и обоснованные управленческие решения, как считают многие российские авторы. Это обязательное составление бюджета (плана) на предстоящий год, который включает в себя такие формы как: управленческий отчет о прибылях и убытках, управленческий баланс и управленческий отчет о движении денежных средств.

С моей точки зрения, в компании должны существовать следующие ежемесячные финансовые отчеты:

1. Первичный отчет о деятельности компании за прошедший месяц. Предоставляется руководству в течение первых 5 дней после окончания отчетного месяца. Призван давать руководителю экспресс информацию о работе компании в сравнении с прошлыми периодами (ведется нарастающим итогом в разбивке по месяцам) и в сравнении с деятельностью основных конкурентов в отрасли.
2. Откорректированный отчет о деятельности компании за месяц. Предоставляется руководству в 15-х числах месяца, следующего за отчетным. Фактически является формой контроля над исполнением годового бюджета.
3. Отчет о выпуске продукции за месяц. Предоставляется руководству в 15-х числах месяца, следующего за отчетным.

В заключение хотелось бы отметить, что управленческий учет вносит значительный вклад в систему финансового планирования и контроля. Система финансового планирования включает несколько обязательных стадий: определение стратегии деятельности компании, текущее планирование (разработка бюджета компании, бизнес план) и контроль над его исполнением, оперативное планирование. Поэтому в работе данных специалистов необходима конструктивность мышления, которая должна быть направлена на совершенствование управленческого учета, который является залогом успеха компании, как в части финансового планирования, так и в целом деятельности компании.

**Подготовка эффективной бухгалтерской отчетности
как основа инвестиционной привлекательности российских корпораций**
Каспин Александр Ефимович

студент

Казанский государственный финансово-экономический институт, Казань, Россия

E-mail: kerpkin@km.ru

Выход российских корпораций на международные рынки капитала предполагает изучение проблем совершенствования бухгалтерской отчетности, как инструмента корпоративного управления. В отличие от традиционной бухгалтерской отчетности,

российским корпорациям необходима новая концепция бухгалтерской отчетности, увязанная с целями корпоративного управления, основанная на стоимости, обеспечивающая инвесторов и других пользователей широким спектром не только фактической, но и прогнозной финансовой и нефинансовой информацией.

Основой формирования бухгалтерской отчетности российских корпораций должно быть применение новой концепции сбалансированной системы показателей.

В рассматриваемой нами модели корпоративной отчетности приводится более детальная и систематизированная информация, важная роль отводится нематериальным активам, таким как интеллектуальная собственность, авторские права и человеческий капитал, т.е. накопленные полезные знания, это может выгодно отличать корпорацию в глазах конкурентов и сказаться на более высоком курсе акций. Показатели, приводимые в корпоративной отчетности, как дополнительная информация, должны быть взаимосвязаны между собой и могут сигнализировать о неблагоприятных факторах в деятельности корпорации, которые сложно определить при помощи финансовых показателей.

Модель эффективной отчетности российской корпорации должна основываться на сбалансированной системе показателей, которая включает:

- финансовые и нефинансовые показатели, отражаемые в отчетности;
- анализ финансовых и нефинансовых показателей;
- перспективную информацию, а именно, информацию о возможностях и рисках, связанных с ключевыми тенденциями корпорации, сравнение предыдущих прогнозов и планов с фактическими результатами;
- информация о менеджерах и акционерах, а именно, персональные данные о заработной плате топ менеджеров, сведения об акционерах, договорах и отношениях между сторонами;
- базовые характеристики корпорации: основные цели и стратегии, размер и описание бизнеса и объектов собственности, влияние на корпорацию отраслевой структуры.

Предлагается значительные инвестиции осуществлять в интеллектуальный и профессиональный капитал. Система сбалансированных показателей через систему мотивации нацеливает сотрудников на достижение стратегических целей. Система мотивации должна включать как вознаграждение за результаты деятельности корпорации (привязка показателей премирования к системе сбалансированных показателей), так и вовлечение лучших специалистов через систему опционов на акции в число собственников корпорации. Формирование бухгалтерской отчетности, основанной на сбалансированной системе показателей, следует рассматривать как инвестиционный проект. Экономический эффект от внедрения сбалансированной системы показателей как основы формирования отчетности определяется как разница между затратами, связанными с инвестициями и издержками организационных преобразований с одной стороны и ожидаемыми экономическими выгодами, которые корпорация предполагает получить в результате преобразований с другой стороны.

Информация представленная в таком виде могла бы адекватно отражать эффективность деятельности корпорации, облегчать инвесторам принятие решений и, что самое главное, увеличивать инвестиционную привлекательность российских корпораций. А это в свою очередь положительно отразится как, в частности, на конкурентоспособности российских корпораций, так и, в общем, на экономическом росте Российской Федерации.

Литература

1. Каплан Р.С., Нортон Д. П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: Олимп-Бизнес, 2003.

2. Шнейдман Л.З. Принципы корпоративного управления, или как успешно работать с инвесторами // Бухгалтерский учет, 2000, №2.
3. Dipiazza S.A., Eccles R.G. Building Public Trust. The Future of Corporate Reporting. John Willey & Sons, Inc. 2002.

Независимая оценка имущества паевых инвестиционных фондов

Клименко Екатерина Константиновна

аспирантка

*Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет,
Санкт-Петербург, Россия*

E-mail: KlimEkKon2001@mail.ru

Существующая в настоящий момент законодательная и нормативная база регулирует независимую оценку имущества паевых инвестиционных фондов только **интервального типа** по следующим видам активов:

- а) некотируемых ценных бумаг, если их пакеты составляют 50% + 1 и более акций одного эмитента;
- б) недвижимости и прав на недвижимость.

Оценка вышеназванных видов активов производится в соответствии с распоряжением ФКЦБ (ФСФР) № 6-р от 25.09.1996 г. «Об утверждении методических рекомендаций по оценке имущества паевых инвестиционных фондов», которое предусматривает несколько видов стоимости: рыночная стоимость, потребительная стоимость, ликвидационная стоимость. В тоже время, независимый оценщик несет административную и финансовую ответственность за достоверность результатов проведенной оценки имущества. Данное обстоятельство в значительной степени повышает доверие инвесторов к **интервальным ПИФам**, что положительно сказывается на росте капиталовложений в экономику страны.

С другой стороны, в **ПИФах открытого** типа стоимость чистых активов определяется самой управляющей компанией, что влечет за собой финансовые манипуляции различного характера. Так, например, управляющие завышают стоимость пая к отчетным датам путем «накачки портфеля» или изменяют структуру портфеля, с целью раздувания доходности для привлечения инвесторов. Такая необъективная оценка приводит к слишком высокому риску, возникающему у инвесторов, а порой и к непредсказуемому финансовому результату. Действующая нормативно-правовая база не регулирует данный пробел в достоверной оценке ПИФов.

Исходя из выше изложенного, можно сделать вывод о том, что интервальные ПИФы являются более безопасными для инвестора по сравнению с открытыми. Следовательно, представляется целесообразным:

- разработать единые нормативно-правовые и методологические основы определения стоимости имущества для всех видов ПИФов;
- законодательно закрепить функцию определения стоимости чистых активов всех видов ПИФов за компаниями оценщиками, имеющими лицензию на данный вид деятельности, что в свою очередь упорядочит инвестиционную деятельность ПИФов.

Характеристика рынка банковских услуг города Ростова-на-Дону

Клименко Михаил Александрович

студент

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

В результате глубоких институциональных преобразований Россия встала на путь формирования цивилизованной экономики рыночного типа. Банки и банковская система относятся к наиболее развитым и передовым структурам современной экономики. В

контексте растущего влияния банковских кредитных учреждений на экономику требуется характеристика существующего банковского сектора города и рассмотрение ее во взаимозависимости с региональными особенностями.

Цель работы состоит в том, чтобы на основе анализа практических аспектов функционирования банковской системы, как города Ростова-на-Дону, так и Ростовской области оценить степень развития банковского сектора, исследовать ситуацию на рынке, охарактеризовать динамику основных показателей и выявить тенденции развития сектора.

Современный банк рассматривается как финансовый институт, предлагающий широчайший спектр услуг, прежде всего, относящихся к кредитам, сбережениям и платежам. Он выполняет многообразные финансовые функции в отношении различных сфер экономики, так называемый «финансовый универмаг». Рынок услуг банков достаточно широк, разнообразен, на нем предлагаются, как традиционные банковские, так и не банковские услуги, характерные для предприятий других отраслей. Процесс роста оказываемых банковских услуг объективно предопределен ходом развития банковского сектора экономики области и финансовой инфраструктуры региона. На конец 2004 года в городе Ростове-на-Дону количество филиалов и представительств банков других регионов, работающих в области, включая Сбербанк (20 филиалов), приближалось к 70, тогда как полноценных банковских учреждений с донской пропиской – 62 [1].

Ускоренное освоение новых видов услуг, таких как потребительское, ипотечное кредитование, развитие рынка пластиковых карт - объективный процесс, вызванный усиливающейся конкуренцией со стороны других кредитных организаций, в том числе иностранных, предопределяют развитие рынка в сторону улучшения качества и увеличения количества предоставляемых услуг.

Город Ростов-на-Дону и регион в целом являются территорией с высокой инвестиционной привлекательностью, удачным географическим положением. Ростовская область относится к наиболее развитым и перспективным регионам России, как по количеству кредитных организаций представленных на рынке банковских услуг, так и по степени развития финансовой инфраструктуры.

Высокая плотность конкурентной среды в Москве выталкивает банки в провинцию. Освоение регионов - это сегодня главное направление развития всего финансово избыточного столичного бизнеса. Столичные банки идут в Ростов еще и вслед за своими клиентами: торговыми, девелоперскими компаниями и тому подобными. В общем, тенденция укрупнения банковского капитала очевидна.

В полном объеме о ситуации, которая происходит на рынке банковских услуг города Ростова-на-Дону и области можно судить по динамике основных показателей, таких как капитал, активы, кредитные вложения, депозиты и прибыль. Наглядно рассмотренная и охарактеризованная динамика этих показателей помогает не только понять и оценить современную ситуацию, а также делает рынок доступным для прогнозирования. Инерция большого количества свободных денежных средств оказывает все большее влияние на российскую и донскую экономику. При этом банки находятся в несколько парадоксальной ситуации. С одной стороны, в страну продолжает идти мощный поток нефтедолларов, которые сначала прямым попаданием попадают на банковские счета крупнейших российских банков, а затем доходят и до остальных. С другой - кризис межбанковского доверия вынудил Центральный банк серьезно снизить резервные требования к банкам, в результате чего в их распоряжении оказались дополнительные средства. На Дону банки с местной пропиской получили, таким образом, свыше 500 миллионов рублей [2]. Однако налицо устойчивая тенденция снижения кредитных ставок. Это значит, что продолжает снижаться доходность банковской деятельности. Чтобы поддерживать ее, банкам приходится искать новые способы повышения доходности.

В целом ситуация, которая складывается на рынке банковских услуг города Ростова-на-Дону - благоприятная. Можно с уверенностью говорить о том, что дефицита банковских кредитных организаций на Дону нет и в ближайшее время не будет. Однако не стоит забывать, что, к примеру, в США, а точнее в Нью-Йорке на более чем 15 млн. человек приходится всего порядка 70 банковских учреждений, в то время когда на 1,5 млн. жителей города Ростова-на-Дону в 2 раза больше. Естественно не соизмеримы и размеры американских банков с нашими абсолютно по всем показателям. Это заставляет задуматься о возможных грядущих изменениях в банковском секторе в сторону ужесточения конкуренции, укрупнения банков и общего уменьшения числа кредитных организаций.

Данная тема является перспективной и интересной с точки зрения дальнейшего ее исследования, так как рынок банковских услуг является быстро развивающимся направлением экономической деятельности, однако на региональном уровне исследуемой проблеме не уделяется должного внимания. Каждый день на рынке появляется что-то новое и банки вынуждены подстраиваться под изменяющиеся условия при помощи различных инструментов ценовой политики, политики в отношении клиентов, конкурентов, путем внедрения инновационных технологий, развития корпоративной культуры. Эти и многие другие нововведения, как и основные показатели деятельности банков на которые оказывают влияние различные факторы, требуют дальнейшего изучения, уточнения и корректировки в зависимости от изменения условий деятельности кредитных организаций на рынке банковских услуг.

Литература

1. Тимошенко А. Очередной банковский десант // Город N, 2004, №38, С.8.
2. Тимошенко А., Бураков И. Банковский локомотив идет, не снижая скорости // Город N, 2004, №44, С. 11–12.

К вопросу о региональных аспектах развития фондового рынка

Княжев Николай Сергеевич

аспирант

Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

E-mail: knyazhev_ns@mail.ru

Во всем мире рынок ценных бумаг выступает эффективным механизмом привлечения инвестиций в экономику. Основные принципы и направления развития, а также положения по формированию системы государственного регулирования рынка ценных бумаг определены в Указе Президента РФ от 16 октября 2000 г. №1756 «Концепция развития рынка ценных бумаг в РФ».

Ведущую роль в построении и развитии российского рынка ценных бумаг могут занять его региональные составляющие. Региональные аспекты развития фондового рынка представляют собой недостаточно изученный сектор, как с точки зрения теоретических основ его функционирования, так и со стороны выявления конкретных особенностей и тенденций. Поэтому рассмотрение данного вопроса и постановка проблем по нему являются актуальными. Основные из них:

Сегодня, остается проблемой незначительный процент в обороте ценных бумаг эмитентов из регионов страны. Отсутствие активности участников на рынке ценных бумаг из регионов страны вызвана рядом причин. Например, низкая заинтересованность эмитентов ввиду сложности процедуры эмиссии и отчетности, низкий уровень корпоративной культуры, информационная непрозрачность предприятий в регионах, их неспособность отойти от «аккумулялирующих» сделок к активной торговле на вторичном рынке.

Ограниченный, а в ряде случаев - низкий уровень знаний и профессионализма региональных участников фондового рынка (например, отсутствие опыта проведения

публичных размещений акций), инвесторов, органов власти и недостаточно активное участие саморегулируемых организаций участников на уровне региона, в условиях формирования и развития фондового рынка, контроля за соблюдением правил поведения, профессиональной этики, за выполнением установленных стандартов их деятельности. А это позволит повысить профессионализм участников фондового рынка в регионах, расширить спектр применяемых технологий анализа и прогнозирования.

Роль региональных торговых площадок в обороте незначительна и составляет всего несколько процентов от оборота московских бирж (менее 5% биржевого оборота). Торговля акциями на региональных биржах преимущественно крупнейших предприятий («Газпром», «РАО ЕЭС» и т.д.). Торговля акциями региональных эмитентов на них осуществляется в незначительных объемах.

Региональные власти некоторых регионов (например, Москва) пытаются выступать с предложениями о заключении с органами власти других регионов "договора о взаимной поддержке продвижения долговых обязательств на соответствующие региональные рынки" с целью развития региональной фондовой активности. Однако данное предложение остается пока без внимания.

Подавляющее большинство акций региональных компаний относятся к акциям «второго эшелона». Это отражается на их привлекательности и стоимости.

Очередной чертой является слабо развитая инфраструктура, не всегда способная обеспечить размещение ценных бумаг. Например, на сегодняшний день, в Южном федеральном округе ощущается нехватка специалистов (финансовых аналитиков, профессиональных оценщиков), что затрудняет как оценку региональных компаний-эмитентов, так и развитие инфраструктуры рынка, внедрению передовых технологий.

Активность населения в регионах остается низкой, несмотря на рост цен на акции. Это можно объяснить как неудовлетворенностью сложившимся уровнем цен, так и неясностью налогообложения физических лиц, получаемых от продажи ценных бумаг.

Стоит также обратить внимание и на различия между самими регионами:

- большие разрывы в экономическом развитии регионов. Наиболее развитыми экономически, являются следующие районы: Центральный, Уральский, Северный и Поволжский;
- коренные различия в их отраслевой структуре хозяйствования. Преобладание сельскохозяйственных предприятий на Юге страны, неспособных осуществлять крупных финансовых заимствований на фондовом рынке;
- различные доходы населения и степени урбанизации. Преобладание городского населения с большими объемами доходов в европейской части России.
- ограниченность собственных капиталов и доступа на ликвидные рынки заимствований.

Все перечисленные выше аспекты напрямую влияют на тенденции и перспективы развития фондового рынка в регионах.

Особенности учета затрат при калькулировании себестоимости продукции непрерывных производств

Костин Роман Сергеевич

молодой ученый

Курский государственный технический университет, Курск, Россия

E-mail: glukosa@046.ru

В непрерывных производствах применяется заранее определенная последовательность производственных операций, в соответствии с которой потребляется постоянный поток материалов и производится фиксированный набор продукции. Гармоничный производственный поток, регулярный выпуск продукции, в

значительной степени стандартизированные продукты и компоненты и большой объем производства являются характерными особенностями непрерывного производства. Непрерывное производство, как правило, предполагает использование поточных линий, как, например, на предприятиях химической промышленности.

Системы учета издержек производства в таких отраслях относят производственные затраты на определенные процессы, операции или деятельность. Подобные системы подходят в тех случаях, когда речь идет о процессе производства, повторяющемся непрерывно и стандартизированно, и нет необходимости выделять отдельные виды продукции. Процедуры учета при непрерывном процессе производства гораздо менее сложны, а поэтому менее дорогостоящи, чем методы учета издержек производства при операциях по заказу. В них нет большого количества деталей, применяющихся на заводах позаказного производства, где приходится прямые затраты труда и прямые затраты материалов относить на определенные изделия.

Владельцы заводов с непрерывным процессом производства обычно выпускают товары для складов, а не для выполнения определенных заказов потребителей. В некоторых производствах (например, в электроэнергетике) нет даже складов готовой продукции. Там выпущенная продукция непосредственно и напрямую поступает потребителю, что определяет необходимость калькулирования ее себестоимости уже в момент выработки, а не после отгрузки. Для точного учета издержек производства при непрерывном производстве производственные операции планируются таким образом, что отдельные подразделения производят различные продукты. Подобный порядок создает отдельный центр затрат в каждом подразделении.

Учет издержек производства при непрерывном производстве отличается от учета издержек при прерывном производстве, в частности тем, что нет необходимости в периодическом приобретении новых видов материалов, поскольку в производстве постоянно используются одни и те же их виды. Вместо этого подразделения или рабочие участки просто подготавливают отчеты об использовании материалов, не обязательно отделяя основные материалы от вспомогательных.

Кроме того, учет издержек производства при непрерывном производстве не делает различий между основной и вспомогательной рабочей силой, что впрочем не исключает использование численности основных производственных рабочих в качестве базы для распределения накладных расходов. При этом нет необходимости в бланках учета рабочего времени. Подразделения или производственные участки подготавливают ведомости заработной платы и дают сведения о расходах на зарплату за указанные периоды. Большая часть заработной платы определяется на почасовой основе, хотя может включать расходы и по сдельной работе, премиям и поощрениям.

Учет издержек производства при прерывном процессе суммирует стоимость материалов, рабочей силы и накладные расходы по отдельным видам работ или партиям. При учете же издержек производства при непрерывном производстве упор делается на производство за определенный период – день, неделю или месяц. Эти периоды являются аналогами отдельных видов работ или серий при учете затрат при производстве по заказам. Непрерывный характер производственного процесса обычно составляет запасы незавершенного производства на начало и конец периода, создавая необходимость расчета затрат на единицу незавершенного производства. Вследствие непрерывности производства затраты на единицу продукции представляют собой фактически ежедневные, еженедельные или ежемесячные средние затраты. Следовательно, учет издержек производства при непрерывном производстве акцентирует внимание на количестве единиц изделий и общие затраты, произведенные в течение некоторого периода времени, не выделяя затраты по отдельным работам или сериям, как это необходимо при учете затрат в производстве по заказам.

Учет издержек производства при непрерывном производстве предполагает расчет уровня накладных расходов для одного продукта путем деления общих накладных

расходов на количество единиц изделий, произведенных за отчетный период. Производство показывается в натуральных единицах, часах, денежных единицах в зависимости от заранее установленной базы.

Национальный страховой рынок Российской Федерации

Красильникова Екатерина Владимировна

студентка

Волгоградская академия государственной службы при Президенте РФ, Россия

E-mail: olija@zmail.ru

Сегодня рыночную модель России и любого другого государства трудно представить без финансово-устойчивой системы страхования. Система страхования обеспечивает защиту интересов граждан, потребность в которой всегда была очевидна. Поэтому вопросы теории организации институциональной структуры страхового рынка и оценки его развития актуальны.

Предметом проводимого исследования являются социально-экономические отношения, возникающие по поводу предоставления страховых услуг.

Объект исследования – национальный страховой рынок Российской Федерации.

Цель исследования – анализ институциональной структуры страхового рынка РФ и оценка состояния его развития.

Достижение поставленной цели исследования осуществлялось с применением историко-логического метода и методов статистического и экономического анализа.

Исследование показало, что существует целый ряд объективных причин развития национального страхового рынка, среди которых наиболее важными являются: повышение количества несчастных случаев с разрушением, обвалом, взрывом зданий; достижение некоторой стабильности в обществе; экономически важные предприятия и объекты пришли в катастрофическое состояние; государство осуществляет меры по стимулированию страхового рынка (широкое введение обязательных видов страхования и изменения внесенные в Налоговый Кодекс РФ и ФЗ «Об организации страхового дела Российской Федерации»); развитие сотрудничества страховых и кредитных организаций, которые за счет страховых организаций расширяют свои клиентские базы; создание благоприятных условий в страховании профессиональных участников рынка ценных бумаг; развитие страхования малого предпринимательства, как одного из самых рискованных капиталовложений.

После двухлетней стагнации на российском страховом рынке произошел существенный рост за последний год – 36,5%, хотя дальнейшее развитие сдерживается: сложившейся идеологией о первичности интересов страховщика, но не страхователя; неразработанностью категориального аппарата (институциональная структура страхового рынка – у различных авторов различные субъекты страховых отношений); отсутствием единой рациональной методики оценки развития страхового рынка.

В исследовании был проведен анализ предлагаемых систем показателей эффективности развития страховых компаний. Было установлено, что наиболее разработанной является система, используемая областным комитетом государственной статистики, включающая в себя: количество страховых организаций; число страховых организаций, осуществляющих операции и по перестрахованию; количество действующих договоров; средняя страховая сумма по договору; совокупный уставный капитал; показатель капиталоотдачи; страховые резервы; страховые премии и выплаты; коэффициент (уровень) выплат; доход от инвестиционных операций; страховые премии и выплаты по рискам в перестраховании; расходы на ведение дела и в том числе расходы на зарплату и начисления на нее; сальдированный финансовый результат (рассчитывается исходя из суммы убытков нерентабельных страховых компаний и

балансовой прибылью страховых компаний с положительным финансовым результатом).

Базируясь на данной системе, был проведен анализ деятельности страховщиков Волгоградской области в 2003 г. Проведенный анализ показал, что на территории Волгоградской области действовало 54 страховых организаций (39 филиалов иногородних компаний и 15 местных страховщиков); общий объем страховых премий составил 1 438 876 тыс. руб., страховых выплат – 644 484 тыс. руб., норма убыточности (без учета ОМС) – 45%; доля собранных премий по обязательным видам страхования не превышает 47% (на ОСАГО приходится 53% этих взносов). Анализ позволил определить основные тенденции развития регионального рынка страхования и факторы ему препятствующие. Особое внимание следует обратить на следующее:

- преобладание таких добровольных видов страхования, как страхование имущества и личное, в последнее время также наблюдается увеличение поступлений по страхованию ответственности, но это произошло в основном за счет ОСАГО;
- наблюдается консолидация страхового капитала в таких регионах, как Москва и Санкт-Петербург; количество страховых организаций;
- развитие страхового рынка сдерживается: низким уровнем платежеспособного спроса; неэффективным механизмом управления, сформированный по образцу административно-командной социалистической системы хозяйствования; недоверием населения к страховым компаниям; низким качеством удовлетворения потребностей реальных страхователей отечественными страховщиками; дефицитом квалифицированных кадров, имеющих знания и опыт ведения страхового дела в соответствии с современными требованиями и др.

В связи с чем, основной задачей страховщиков остается более полное удовлетворение существующих потребностей физических и юридических лиц в качественной страховой защите.

Литература

1. Бугаев Ю.С. Страховой рынок России: финансовые аспекты становления и развития. Автореферат диссертации. М., 1993.
2. Турбина К.Е. Тенденции развития мирового рынка страхования. М., 1995.

Направления развития теории поведенческих финансов

Кулемин Александр Николаевич

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: akulemin@mail.ru

С момента своего появления общей задачей науки «корпоративные финансы» было определение правил для принятия экономически обоснованных решений по созданию и распределению финансовых фондов крупных компаний с разделенной системой собственности-менеджеры. Теоретическая конструкция этих исследований имеет в своем основании ряд аксиом, среди которых есть положение о рациональности экономических субъектов. Оно говорит, что в своих действиях субъекты (по крайней мере, в среднем) руководствуются имеющейся информацией, имея заранее определенные функции полезности, которые стараются максимизировать и достаточно точно могут предсказывать будущие события. На практике это допущение выражается в известных теориях, таких как гипотеза эффективного рынка и конфликты вида «агент-принципал».

Однако практика часто подвергает сомнению рациональное поведение субъектов корпоративных финансов. Существует большой набор эмпирически выявленных и наблюдаемых «отклонений», несоответствий между реальным и теоретически предсказываемым поведением людей. Наиболее известные отклонения – эффект группы,

различные эффекты фондового рынка («сверхреакция» и «недореакция», эффект января), «сверхуверенность», излишний оптимизм. Общее направление исследований этих и подобных эффектов в системе корпоративных финансовых отношений носит название «поведенческие финансы» (behavioral finance). В рамках этой теории взамен предположения о рационалистической деятельности финансовых агентов предлагается поиск мотивов, особенностей их поведения путем эмпирического анализа. Возможностью появления «отклонений» являются ситуации неопределенности.

Исследования в области поведенческих финансов можно условно разделить на две неравные группы. Первая, наиболее разработанная к настоящему моменту, - «нерациональные инвесторы». В рамках этой группы методами анализа поведения изучается деятельность инвесторов на рынке ценных бумаг. Основные модели, например, модель шумовой торговли, утверждают, что рынок ценных бумаг не является полностью эффективным за счет существования на нем нерациональных инвесторов и, следовательно, существует возможность для проведения операций арбитража. Вторая группа – исследования «нерациональности менеджеров» - к настоящему моменту менее разработана. Анализ и оценка влияния поведенческих «отклонений» на финансовые решения, принимаемые менеджерами компании, представляют собой интересные и потенциально обладающие большой описательной силой исследования. Сфера применения результатов достаточно велика: оценка стоимости акций, определение возможностей роста компании, процесс бюджетирования, определение мотивов и итогов планируемых слияний и поглощений, определение целевой структуры капитала и пр.

Можно выделить несколько основных поведенческих отклонений, влияющих на принятие финансовых решений «нерациональными менеджерами». Во-первых, это излишний оптимизм («сверхуверенность»). Он выражается в том, что, во-первых, менеджеры могут верить в то, что рынок недооценивает их компанию, во-вторых, менеджеры могут считать, что в целом их действия лучше действий конкурентов, в-третьих, менеджеры могут основывать свои решения на прошлом опыте, используя данные об исторической реализации случайных событий, нежели их общей вероятности.

Второй поведенческий эффект, который часто проявляется в решениях менеджеров как и в решениях инвесторов – эффект группы. Для менеджеров он может выражаться, во-первых, в так называемом феномене «сдвига риска», проявляющемся при использовании результатов групповых экспертных процедур открытого обсуждения поставленных проблем. Этот феномен означает, что после проведения открытой групповой дискуссии возрастает уровень рискованности принимаемых решений. В настоящее время наиболее распространенным объяснением этого явления является использование гипотезы риска как ценности. Она исходит из идеи, согласно которой люди ценят риск, и в групповой ситуации многие из них, в том числе и так называемые осторожные индивиды, стремятся повысить свой статус в группе, «сдвигая» свои предпочтения в сторону большего риска. Во-вторых, эффект группы может выражаться также в известной схеме следования за действиями конкурентов. В ситуации неопределенности люди могут быть склонны идти за другими, принимая их действия как истинно правильные.

Третье поведенческое отклонение, влияющее на финансовые решения менеджеров, — явление избегания потерь (loss aversion). Смысл этого явления в том, что люди, в том числе и менеджеры, более склонны избежать потерь, чем получить прибыль. Эмпирически этот факт был подробно изучен в рамках теории перспектив Канемана-Тверски. Данная иррациональность чаще всего выражается в эффекте принятия решений на основе учета безвозвратных затрат (sunk cost). Решения менеджеров, принимаемые с учетом этого отклонения, могут заметно снижать стоимость компании.

Несмотря на то, что приведенные отклонения похожи на общие особенности корпоративного управления, исследуемые в теории агентских отношений, важной

кажется необходимость разграничения этой теории и теории поведенческих финансов. Подобное разграничение уместнее всего провести на основе определения рациональности поведения объекта. В теории агентских отношений, и инвестор, и менеджер действуют полностью рационально на основе максимизации собственной функции полезности. В теории поведенческих финансов действия агентов нерациональны и не максимизируют полезность. Это коренное отличие двух подходов и должно лежать в основе разграничения применяемых методов исследования и оценки получаемых результатов. Трудности заключаются в определении методики разделения исследуемых явлений на конфликты «принципал-агент» и поведенческие.

Можно выделить ряд вопросов, интересных для дальнейших исследований:

- как провести оценку влияния поведенческих отклонений на стоимость бизнеса компании;
- каким образом и насколько влияют поведенческие отклонения на структуру капитала компании;
- каким образом необходимо построить систему бюджетирования, учитывающую поведенческие отклонения;
- каким образом произвести стоимостную оценку поведенческих отклонений (в частности, эффекта «гордыни») сделок по слиянию и поглощению;
- насколько можно использовать неэффективность рынка при проведении сделок с капиталом компании (эмиссия/выкуп акций/долга);
- каким образом объединить два выделенных направления исследований поведенческих финансов.

Причины составления российскими организациями отчетности в соответствии с МСФО (на примере МСФО 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка»)

Левченко Евгений Геннадьевич

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: leveug@mail.ru

В настоящее время многие российские предприятия начинают выходить на международные финансовые рынки с целью получения иностранных инвестиций для расширения своей деятельности. Однако в связи с различными системами учета, применяемыми в России и на Западе, пользователи отчетности, в число которых входят и потенциальные инвесторы, не всегда в состоянии адекватно оценить информацию, отраженную в соответствии с нормами российского законодательства и, как следствие, не могут прогнозировать динамику эффективности деятельности того или иного предприятия с достаточной степенью надежности. Это приводит к тому, что значительная часть потенциальных инвесторов не хочет вкладывать свои средства в российские организации, а те из них, кто все-таки решается на это, в качестве платы за пользование инвестированными ресурсами взимают достаточно высокий процент, в котором очень большую величину составляет так называемая «премия за риск».

Во избежание данной проблемы организации, претендующие на привлечение иностранных инвестиций, наряду с российской отчетностью подготавливают отчетность в соответствии с МСФО (международные стандарты финансовой отчетности) либо ГААП (общепринятые принципы бухгалтерского учета) тех стран, в которых ведут свою деятельность потенциальные инвесторы. При этом необходимо изучение соответствующих стандартов, представляющих собой базу для формирования отчетности.

Одним из наиболее сложных и спорных стандартов является МСФО 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка», который был введен в действие с 1

января 2001 года. Его появление было обусловлено стремительным ростом объемов операций с финансовыми инструментами (в особенности, с ценными бумагами), произошедшим в течение 1990-х годов. О сложности данного стандарта говорит тот факт, что помимо него был выпущен официальный сборник ответов на вопросы, посвященные практическим аспектам его применения. Кроме того, за последние несколько лет этот стандарт неоднократно пересматривался и корректировался.

Помимо рассмотрения традиционных финансовых инструментов, таких как акции и облигации, МСФО 39 затрагивает и те инструменты, которые до его введения раскрывались в пояснениях к финансовой отчетности без отражения в ее статьях. К ним относятся производные финансовые инструменты (фьючерсы, форварды, опционы и т.п.), отличительными чертами которых является изменение стоимости в ответ на изменение так называемой «базисной переменной» (процентной ставки, валютного курса, иного фактора), низкая стоимость по сравнению с другими финансовыми инструментами, курс которых аналогичным образом реагирует на изменения рыночной конъюнктуры, а также осуществление расчетов по данным инструментам в будущем.

Появление МСФО 39 позволило серьезно расширить сферу применения концепцию справедливой стоимости, которая стала базой для признания большинства финансовых инструментов. В связи с этим особое внимание уделено учету операций, связанных с хеджированием, которое представляет собой использование производного или (в ограниченном числе случаев) непроизводного финансового инструмента для частичной или полной компенсации изменения справедливой стоимости или потоков денежных средств хеджируемой статьи.

В целом, принятие данного стандарта привело к унификации принципов и методов учета финансовых инструментов. В условиях постоянного появления новых разновидностей ценных бумаг (в том числе, и таких экзотических, как, к примеру, кэпцион) трудно переоценить необходимость в аналогичных подходах к их оценке, применяемых организациями, действующими в разных экономических условиях. Применение МСФО 39 российскими предприятиями, активно использующими финансовые инструменты в своей деятельности, при подготовке отчетности позволяет пользователям (в том числе, потенциальным инвесторам) проводить сравнение финансовых позиций и результатов функционирования различных организаций без дополнительных затрат, связанных с приведением информации в сопоставимый вид. Результатом этого является увеличение объема инвестиций при снижении минимальной требуемой отдачи, что в итоге приводит к увеличению прибыли организаций и большей интеграции России в мировую экономику.

Преимущества и недостатки проектного финансирования при разработке крупных инвестиционных проектов

Логунов Виталий Николаевич

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: vitaly.logunov@ru.pwc.com

Финансирование крупных инвестиционных проектов может осуществляться на основе одной из следующих форм: 1) за счёт собственных средств (прибыль и амортизация) или 2) привлечённых ресурсов. В свою очередь финансирование за счет привлеченных ресурсов можно разбить на финансирование долевого, долговое и проектное (ПФ).

Задачей данного исследования является определение основных преимуществ и недостатков ПФ, а так же оптимальных условий, наиболее подходящих для его осуществления.

Классически ПФ определяют как целевое кредитование заемщика для реализации инвестиционного проекта без регресса (оборота) или с ограниченным регрессом кредитора на заемщика: обеспечением платежных обязательств заемщика исключительно или в основном являются денежные доходы, генерируемые объектом инвестиционной деятельности (а также активы, относящиеся к инвестиционному проекту). В современном виде ПФ определяется как способ мобилизации различных источников финансирования и комплексного использования разных методов финансирования конкретных инвестиционных проектов и оптимального распределения, связанных с реализацией проектов финансовых рисков. Данные определения понятия ПФ, на мой взгляд, раскрывают его как процесс, но не характеризуют его сущность: ПФ – это целевое ссужение стоимости, основанное на принципах платности, срочности, возвратности, при этом кредитор (инвестор) принимает на себя не только кредитные, но еще и прочие (в основном коммерческие) риски проекта.

Финансирование проектов за счет собственных средств – наиболее дешевый способ финансирования. Данная форма финансирования не требует сложной организации финансирования, трудоемких и длительных процедур по выстраиванию отношений между участниками (определение роли, ответственности и степени участия различных сторон) и их документального оформления. Однако при выборе формы финансирования необходимо обратить внимание на некоторые особенности самих проектов. Финансирование крупных инвестиционных проектов сопряжено с наличием большого количества разнообразных рисков. При организации финансирования проекта при помощи ПФ, в процесс вовлекается множество участников. Это позволяет эффективно распределить риски между заинтересованными сторонами (например, правовые риски и отношения с государственными органами ложатся на компанию владеющую лицензией, строительные риски несет генеральный подрядчик, финансовые и расчетные – банк и т.д.). Следующей особенностью крупных проектов является то, что для их успешной реализации, требуется детальная, всесторонняя их проработка (бизнес планы, ТЭО и т.д.). Наличие подобной документации является одним из основополагающих принципов при осуществлении ПФ. К тому же оценка эффективности таких проектов требует немалой квалификации специалистов в различных областях, в первую очередь связанных с финансами и анализом и страхованием рисков.

По сравнению с долговым финансированием ПФ является более гибкой формой, позволяет кредиторам непосредственно участвовать в управлении проектом (влиять на стратегические и текущие решения в рамках данного проекта), что позволяет снизить, порой значительно, риск невозврата заемных средств. Так же ПФ позволяет более эффективно распределить средства генерируемые проектом. Так как возврат инвестированных средств зависит от успеха реализации проекта, ни одна сторона не заинтересована в изъятии оборотных средств из проектной компании, а так же существует возможность перевода долгосрочных обязательств в краткосрочные путем перекредитования. Однако, существует и ряд отрицательных сторон: ПФ значительно дороже для заемщика, чем альтернативная кредитная форма финансирования и намного рисковее для кредитора, ведь он принимает не только финансовые, но и часть коммерческих рисков проекта.

Таким образом, как было показано выше, ПФ имеет следующие преимущества по сравнению с прочими возможными формами и видами финансирования крупных инвестиционных проектов: ПФ позволяет более рационально и эффективно распределить риски между различными участниками проекта; разработка проектной документации позволяет контролировать стоимость и результаты проекта; ПФ позволяет кредиторам (в основном это коммерческие банки осуществляющие ПФ) активно участвовать в управлении реализацией проекта; сочетание различных финансовых

инструментов, привлечение специалистов разнообразных специальностей позволяет максимально повысить шансы на успех проекта; ПФ позволяет создать значительные фонды для финансирования дорогостоящих проектов, путем привлечения большого числа участников.

К отрицательным сторонам ПФ можно отнести следующие его характеристики: данный вид финансирования является относительно дорогим для заемщика; риски принимаемые кредитором при ПФ, выше и многочисленнее, чем при традиционном кредитовании; ПФ требует большого количества документации, привлечения дорогих специалистов.

Учитывая все сильные и слабые стороны ПФ, оно является наиболее эффективной формой организации инвестиций в крупномасштабные капиталоемкие проекты, вовлекающие широкий спектр участников. Оно способствует адекватному распределению рисков и налаживанию взаимодействия многочисленных сторон, что в конечном итоге позволяет успешно завершить проект.

Особенности маркетинга зарплатных проектов коммерческих банков на региональном уровне

Лютикова Ирина Сергеевна

аспирантка

Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: lutikus@yandex.ru

Целью политики банка и работы всех его служб является привлечение клиентуры, расширение сферы сбыта своих услуг, завоевание рынка и, в конечном счете, увеличение получаемой прибыли. Инструменты банковского маркетинга служат средствами достижения данной цели.

При разработке маркетинговой программы зарплатного проекта, банком прорабатываются все аспекты его реализации: от определения круга потенциальных потребителей данной услуги, проведения рекламной кампании, выбора форм и условий взаимодействия с держателями карт, до обеспечения финансовой мотивации предприятия и персонала за счет предложения банком комплекса индивидуальных услуг.

Коммерческие банки, действующие в регионах России, существенно отличаясь друг от друга по уровню экономического и социального развития, играют важную роль в экономике страны. Находятся в наиболее тесной зависимости от экономического состояния региона, в первую очередь от финансового положения основных его предприятий.

Исследование реализации коммерческими банками зарплатных проектов в г. Ставрополе выявило ряд особенностей:

- Работа банков строится на прямых контактах с клиентами
- Выбор клиентом банка основывается во - многом на личном доверии, родственных связях
- Банки мобильны в принятии управленческих решений исходя из политической, экономической и социальной ситуаций в регионе
- Высокой конкуренцией между кредитными организациями и ограниченным числом предприятий, являющихся экономически «привлекательными» для банков
- Банки реализуют стратегию «агрессивного» маркетинга, но при этом не всегда могут правильно мотивировать клиента выбрать необходимую для него услугу или продукт.

В связи с этим, по нашему мнению, для успешной работы в регионе и расширения клиентской базы, банк в первую очередь, должен реализовывать концепцию развития и улучшения экономики региона. Вести разъяснительную рекламную кампанию предлагаемых продуктов с позиции их уникальности на рынке банковских услуг региона, учитывая менталитет его жителей, прогнозировать предпочтения клиентов, разрабатывая новые продукты, повышать профессиональный уровень своих сотрудников.

Студенческие кредитные карты как направление карточного бизнеса банка *Лютикова И.С., Гупалова Е.Н.*

студентка

Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: lutikus@yandex.ru

Маркетинг пластиковых карт является современным направлением бизнеса коммерческих банков, выполняя функцию увеличения ресурсной базы банка. Пластиковая карта - универсальный платежный инструмент, являющийся ключом доступа к управлению банковским счетом и позволяющий своему владельцу оплачивать товары и услуги в различных торговых и сервисных предприятиях, принимающих карточки, получать наличные деньги, а также пользоваться иными дополнительными услугами и определёнными преимуществами.

История создания и продвижения пластиковых карт на рынке банковских услуг приводит нас в США. Банки США накопили обширный опыт расчетов с использованием банковских пластиковых карт, основанный на потребностях общества, межбанковской конкурентной борьбе за клиента, на грамотно спланированной стратегии маркетинга данного продукта. Банки предлагают широкий спектр карточных продуктов. В нашем исследовании освещен феномен «студенческая кредитная карта» и рассмотрена возможность адаптации международного опыта к российской банковской системе.

Согласно информации, полученной из Интернет-сайтов крупных американских банков (Bank of America, Citi Bank, etc) условия предоставления и обслуживания кредитных студенческих карт практически идентичны. Карты предоставляются студентам очной формы обучения сертифицированного ВУЗа в возрасте от 18 лет, доход которых составляет не менее \$200 в месяц с учетом уплаты денежной суммы за проживание в общежитии, покупки необходимой книжной литературы и т.д.. С владельца карты не взимается плата за её годовое обслуживание, льготный период оплаты покупок, совершенных в кредит, составляет до 12 месяцев. Плюс всевозможные бонусы при покупке товаров в магазинах, авиабилетов, заказе гостиниц. Но главное, что кредитная карта несет в себе важное экономическое содержание. Владелец студенческой карты приобщается к рациональному подходу в трате денег, зарабатывая, тем самым, положительную кредитную историю, демонстрация которой, не менее важна, чем демонстрация полученного диплома. Интеграционные процессы в экономиках стран мирового сообщества позволяют перенимать и внедрять успешный экономический опыт в первую очередь в банковском секторе.

По результатам проведенного исследования карточного бизнеса коммерческих банков в России, было установлено, что на данный момент банками не внедряется карточный продукт- студенческая кредитная карта по ряду причин:

- Рынок дебетовых карт в стране преобладает над рынком кредитных карт
- Невозможность совмещения учебного процесса и работы студентами ввиду обязательной формы посещения практических и лекционных занятий
- Малый процент трудоустройства среди студентов
- Низкая культура пользования пластиковыми картами

Однако, необходимо обратить внимание на то, что студенчество - наиболее восприимчивая аудитория к нововведениям. Учитывая постоянный рост продуктового ассортимента банков в части кредитных продуктов и прослеживание тенденций во внедрении зарубежного опыта российскими банками, в ближайшие 3-5 лет перед студентами встанет вопрос о наработке положительной кредитной истории с целью развития бизнеса или улучшения своего материального состояния. Наличие студенческой кредитной карты в кармане студента сейчас означает его более плотную работу с банком через 2- 3 года. Именно поэтому задача банков – не только лояльность клиентов, но их экономическая грамотность.

Проблемы развития рынка ценных бумаг в России

Масленников Артём Игоревич

студент

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: umka235@yandex.ru

Рынок ценных бумаг является механизмом, с помощью которого осуществляется аккумуляция сбережений и последующее превращение их в инвестиции. Российский рынок ценных бумаг после кризиса 1998-го года заново начал своё развитие. Согласно теории Марка Фабера, американского аналитика, который выделял 7 фаз в развитии рынков капитала, российский рынок в настоящее время находится на 7-ой – восстановление ёмкости рынка ценных бумаг после кризиса.

Для успешного развития российского рынка ценных бумаг необходимо комплексное решение следующих проблем:

- высокая социальная и политическая нестабильность, инфляция
- переориентация рынка ценных бумаг; вместо удовлетворения финансовых потребностей государства и спекуляций с ценными бумагами – преодоление инвестиционного голода, аккумуляция свободных денежных ресурсов и их направление на обновление производственных мощностей России
- увеличение объёмов и переход в категорию классифицируемых рынков ценных бумаг. Чтобы российский рынок ценных бумаг был отнесён к разряду развивающихся, размер капитализации рынка акций к номинальной стоимости ВВП должен достигнуть 30 – 40%
- необходимо грамотное, профессиональное регулирование рынка ценных бумаг, предупреждение его крупного падения
- слабая развитость законодательства, регулирующего деятельность на фондовом рынке. Необходимо создание чётко действующей системы надзора за рынком
- отсутствие вторых эмиссий приватизированных предприятий, что необходимо для преодоления инвестиционного кризиса
- беззащитность инвесторов
- развитие инфраструктуры рынка
- широкая реализация принципа открытости информации
- восстановление системы образования в данной области, научной школы и рыночной культуры профессиональных участников рынка.

Литература

1. Маренков Н.Л., Косаренко Н.Н. Рынок ценных бумаг в России. М.: Флинта, 2004.
2. Миркин Я.М. Рынок ценных бумаг России: воздействие фундаментальных факторов, прогноз и политика развития. М., 2003.

Межгосударственное регулирование валютной ликвидности

Маштанова Ольга Вальерьевна

аспирантка

Российская академия государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия

E-mail: mashtanovaolga@mail.ru

Критерием международной ликвидности выступает способность отдельных стран или регионов своевременно отвечать по своим обязательствам. Ликвидные позиции страны должника характеризуются следующим показателем: отношение золотовалютных резервов страны к внешнему долгу.

Межгосударственное регулирование валютной ликвидности тесно связано с обеспечением национальных резервов в свободно конвертируемой валюте или золоте, что

позволяет гарантировать выплаты по своим краткосрочным обязательствам. Порядок создания, регулирования и функционирования таких золотовалютных резервов и составляет предмет межгосударственного регулирования международной ликвидности.

Собственные валютные резервы образуют безусловную ликвидность. Ею центральные банки распоряжаются без ограничений. Заемные же ресурсы составляют условную ликвидность. К их числу относятся кредиты иностранных центральных и частных банков, а также МВФ. Использование заемных ресурсов связано с выполнением определенных требований кредитора (например, разработка стабилизационных программ для МВФ).

Структура международной ликвидности включает в себя следующие компоненты:

- официальные валютные резервы стран;
- официальные золотые резервы;
- резервную позицию в МВФ (право страны-члена автоматически получить безусловный кредит в иностранной валюте в пределах 25% от квоты в МВФ);
- государственные счета и авуары в СДР и ЕВРО.

Особое место в международной валютной ликвидности занимает золото. Оно используется как чрезвычайное средство покрытия международных обязательств путем продажи на рынке за необходимую иностранную валюту или передачи кредитору в качестве залога при получении иностранных займов. В последнее время наблюдается устойчивая тенденция к повышению валютного компонента в общей структуре международных ликвидных активов, при этом золото продолжает учитываться по фиксированной цене в 35 СДР за тройскую унцию, что значительно ниже рыночной цены. Максимальное количество золотых резервов приходится на долю развитых государств с учетом депозитов в Европейском валютном институте (77% от всего мирового запаса).

Международная ликвидность выполняет четыре функции:

- является средством образования ликвидных резервов;
- является страховым средством осуществления международных платежей;
- служит основой для покрытия дефицита платежного баланса;
- служит средством для проведения валютных интервенций.

Основную часть международной валютной ликвидности составляют официальные золотовалютные резервы, то есть запасы золота и иностранной валюты центрального банка и финансовых органов страны. К золотовалютным резервам относятся запасы золота в стандартных слитках, а также высоколиквидные иностранные активы в свободно конвертируемой валюте (валютные резервы). Кроме того, в золотовалютные резервы могут быть включены драгоценные металлы (платина и серебро), если они используются в международных своп-операциях, или они могут быть заложены и под них получена валюта в кредит. Высоколиквидные средства должны быть размещены в высоконадежных учреждениях с минимальным риском их потери, то есть в учреждениях, причисленных, согласно международным классификациям, к учреждениям высшей категории надежности. Именно поэтому средства Минфина РФ на валютных счетах в коммерческих банках в Российской Федерации не относятся к разряду резервных средств. Центральный банк России размещает часть резервных средств на счетах центральных банков стран «большой семерки».

Таким образом, при определении вида валюты для формирования резервов центральные банки руководствуются следующим правилом: необходимо размещать валютные ресурсы в валюту, являющуюся резервной по отношению к национальной.

Литература

1. Мацкуляк И.Д. Экономика: научные очерки. М.: Изд. РАГС, 2003.
2. Севрук В.Т. Банковские риски. М.: Дело ЛтД, 2000.
3. *Beenstock Michael* The World Economy in Transition. London., 1999.

Проблемы инвестирования в рамках пенсионной реформы в РФ и пути их решения **Мещераков Владимир Владимирович**

студент

Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия
E-mail: vladmecherykov@rambler.ru

Инвестирование пенсионных накоплений граждан, формирующих накопительную часть трудовой пенсии по старости и инвалидности, должно осуществляться с учетом риска, доходности и ликвидности разрешенных объектов инвестирования. В связи с этим российское пенсионное законодательство предъявляет ряд требований к субъектам, осуществляющим деятельность, связанную с инвестированием денежных накоплений системы обязательного и добровольного пенсионного страхования граждан Российской Федерации.

Государственная управляющая компания Внешэкономбанк не способна обеспечить прирост накоплений вкладчиков из-за низкой доходности разрешенных объектов инвестирования [1]. Выйти на рынок более доходных ценных бумаг может позволить принятие решения Правительством РФ о разрешении инвестирования всеми субъектами в еврооблигации РФ на внебиржевом рынке. Необходимо предусмотреть также возможность размещения денежных средств государственной управляющей компании в корпоративные облигации эмитентов РФ первого эшелона, депозиты коммерческих банков, инвестирование на зарубежных фондовых рынках. Последнее обстоятельство объясняется тем, что капитализация рынка ОФЗ-ГКО (основного объекта инвестирования) составляет 600 млрд. руб. [2], а объем накопительной части трудовой пенсии, подлежащий инвестированию только в этом году, должен составить более 80 млрд. руб. [3], что требует увеличения капитализации рынка ОФЗ-ГКО, увеличения количества разрешенных объектов инвестирования или пересмотра структуры портфеля.

Объекты инвестирования пенсионных накоплений частными управляющими компаниями (УК) более доходны, их перечень шире по сравнению с перечнем для Внешэкономбанка. Однако право размещения ресурсов в облигации и акции российских эмитентов; паи индексных инвестиционных фондов, размещающие средства в государственные ценные бумаги иностранных государств, облигации и акции иных иностранных эмитентов [4], не позволило частным управляющим компаниям по средневзвешенной ставке даже сохранить реальную стоимость пенсионных накоплений в 2004 году. Основными факторами, негативно повлиявшими на результат размещения, являются строгая структура инвестиционного портфеля компаний [5], ограниченное количество разрешенных для инвестирования инструментов фондового рынка, слабая экономическая конъюнктура фондового рынка Российской Федерации в 2004 г. Требуется решения вопроса о сохранении пенсионных накоплений граждан в случае банкротства кредитной организации, на счетах которой находятся средства управляющих компаний. В соответствии с законодательством при осуществлении конкурсного производства за счет имущества кредитной организации, в состав которого входят и полученные пенсионные накопления граждан, требования по возврату пенсионных накоплений будут удовлетворяться в последнюю очередь наряду с прочими кредиторами. Учитывая большую социальную значимость реформы, такое положение вещей представляется неправильным.

Более сложная ситуация с негосударственными пенсионными фондами (НПФ), которые были допущены на рынок средств пенсионных накоплений с 1 января 2005 г., но так и не разместившие средства: Правительство РФ не успело подготовить необходимые для этого документы. С 1 января 2005 г. НПФ освободили от обязанности уплачивать налог на прибыль организаций на сумму перевода средств из Пенсионного фонда в НПФ, а также уплачивать налог на доходы физических лиц при выводе средств

работником из НПФ. Однако с этого же числа были отменены налоговые льготы для клиентов НПФ, уплачивающих пенсионные взносы на солидарные счета. Далее такой льготой предприятиям можно будет пользоваться только в случае зачисления средств на именные счета работников. Данные изменения приведут к значительному сокращению пассивов НПФ уже в 2005 г.

Пенсионная реформа в Российской Федерации – это закрытая для общества реформа. Только через три года после начала второго этапа ее проведения о ней знают 80% населения. Основная причина этого – отсутствие конкуренции между частными управляющими компаниями и государственной, отсутствие возможности узнать о доходности переданных накоплений, когда вся информация проходит через одно ведомство – Пенсионный фонд Российской Федерации.

Литература

1. Постановление Правительства РФ от 1 сентября 2003 г. N 540 "Об утверждении инвестиционной декларации Внешэкономбанка о доверительном управлении средствами пенсионных накоплений", Ст. 3-4.
2. Попов А.Н. «Взрывная активность»//Финанс, 2005 г., С. 64-65.
3. Федеральный закон от 23 декабря 2003 г. N 175-ФЗ "О бюджете Пенсионного фонда Российской Федерации на 2004 год" (Приложение №2).
4. Федеральный закон от 24 июля 2002 г. N 111-ФЗ «Об инвестировании средств для финансирования накопительной части трудовой пенсии в Российской Федерации».
5. Постановление Правительства Российской Федерации от 30 июня 2003 г. №379 «Об установлении дополнительных ограничений на инвестирование средств пенсионных накоплений в отдельные классы активов и определении максимальной доли отдельных классов активов в инвестиционном портфеле», Ст. 2-3.

Развитие финансовых рынков

Миляева Анна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Ситуация, сложившаяся в макроэкономике страны и общемировой рыночный фон благоприятствует сейчас российским финансовым рынкам. Рекордный со времен финансового кризиса в России рост демонстрируют цены еврооблигаций, при этом речь идет не просто о спекулятивной игре на повышении их цен, а притоке на этот рынок новых денег. Параллельно растет инвестиционный интерес к российским корпоративным облигациям, которые, по мнению аналитиков, являются на сегодняшний день одним из очень перспективных финансовых инструментов.

Все эти наблюдения о сегодняшнем положении финансовых рынков, как мне кажется, можно с определенной долей уверенности предугадывать и прогнозировать, руководствуясь некоторыми схемами и моделями.

Схема формирования рынка, на мой взгляд, может иметь вид

$$\text{Событие} * \text{поправка (const)} * \text{Рынок сегодня} = \text{Рынок в будущем}$$

Существуют предварительные данные предстоящих официальных публикации. Именно на них «закладывается» рынок. В случае прогнозируемых и реальных значений показателя существенных поправок, как правило, не происходит.

В данной схеме событием я называю взятый факт или наблюдение, которое мы выделяем из всего объема информации. Чтобы отобразить любое событие в цифровом виде, для того, чтобы позднее увидеть его в общей системе, я составила классификацию. Воспользовавшись, ею событие приобретает табличный вид, каждая ячейка которой, – это цифра в матрице.

Например, отобразим в цифровом виде событие, ««АвтоВАЗ» выполнил план выпуска автомобилей за первые два месяца почти на 103 %».

0 1 0 1 0 1 0 1 0 1
0 0 0 1 0 0 1 0 0 1
0 0 0 1 0 0 0 0 1 0
0 0 0 0 1 0 0 1 1 1

Если в сообщении указывается размер параметра, то его величину можно отобразить в матрице с помощью перевода чисел в двоичную систему исчисления. Например, число 103 в двоичном виде выглядит так - 100111.

Рынок сегодня – это фактические данные, взятые за определенный период времени (нужный нам для анализа воздействия нашего выбранного события на положение сегодняшнего рынка, а следовательно, и на состояние будущего рынка.) Чтобы проследить тенденцию изменения параметров финансового рынка я собрала данные по параметрам валютного рынка, рынков акции, облигаций, межбанковских кредитов и производных ценных бумаг. Наблюдения всех этих параметров позволяет увидеть скорость изменения рынка, взаимосвязь их друг с другом, а значит, помогает в решении нашей главной задачи – как можно точнее приблизить наш прогноз сегодня к реальному положению в будущем.

Развитие финансовых рынков в Польше

Митин Юрий Романович

студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: romyur@inbox.ru

Финансовые рынки являются ключевым компонентом национальной экономики. Эффективно действующие финансовые рынки призваны аккумулировать сбережения экономических агентов, трансформировать их в инвестиции, обеспечивать распределение финансовых ресурсов между различными секторами экономики и, в конечном итоге, содействовать снижению темпов инфляции и экономическому росту. В настоящее время Россия подошла к такому этапу развития, когда можно серьезно рассчитывать на довольно высокие темпы экономического роста – это связано с благоприятным инвестиционным климатом, и, следовательно, в ближайшие годы двигателем роста будут инвестиции. С этой точки зрения развитие финансовых рынков представляется фундаментальным фактором, который может помочь добиться высоких темпов роста экономики.

Чтобы выбрать оптимальную стратегию развития необходимо обратиться к опыту других стран. На примере развития финансовых рынков в странах Восточной Европы, можно провести важные параллели и вынести соответствующие выводы. Автором проведен анализ развития финансовых рынков в Польше, которая близка российской экономике по уровню развития, исследуется история развития рынков, и делаются выводы относительно перспектив развития.

История развития

Финансовые рынки развивались в Польше, начиная с 90-х годов. Первым стал развиваться межбанковский рынок депозитов, который позволил банкам управлять их ликвидностью. Следующим был рынок векселей, который позволил правительству финансировать дефицит бюджета. Представление частичной конвертируемости злоты закончилось появлением валютного рынка. Фондовая биржа развивалась одновременно с рынками межбанковских операций, главным образом в результате приватизации. Возможность внешней торговли для польской злоты являлась стимулом для появления форвардного валютного рынка, который позволил осуществлять хеджирование против валютного риска. Постепенно развивался валютный опционный рынок

Развитие внутреннего финансового рынка было ускорено в середине 90-х, когда масштаб сделок и общий оборот рос большими темпами. Внутренний финансовый рынок становился все более и более ликвидным и предлагал увеличивающийся спектр возможностей, используя различные инструменты, для финансового управления капиталом. Стимулом для развития рынка ценных бумаг было замедление инфляции, которое разрешило правительству ограничить выпуск ценных бумаг с плавающей ставкой процента и увеличивать выпуск ценных бумаг с фиксированной ставкой процента. Прогрессирующая интеграция внутреннего финансового рынка с международным финансовым рынком, дала внутренним агентам доступ на рынки деривативов за границей, например доступ на Лондонский рынок процентных свопов, который предлагает хеджирование против ценового риска на рынке ценных бумаг. Возможность использовать процентные свопы не только увеличивает диапазон возможностей управления процентным риском, но также и способствует развитию рынка ценных бумаг, поскольку уменьшенный ценовой риск помогает развитию вторичного рынка ценных бумаг.

Перспективы развития финансовых рынков в Польше

На основе проделанного анализа автором строятся возможные перспективы развития финансовых рынков в Польше.

Ликвидность рынка - фундаментальный критерий оценки финансовых рынков. Ликвидность финансового рынка улучшается с увеличением объема сделок. Улучшающаяся ликвидность рынка имеет тенденцию стабилизировать цены, которые стали менее чувствительными к временным изменениям в спросе и предложении.

Среди факторов, ускоряющих развитие внутреннего финансового рынка в Польше можно выделить: увеличение интеграции с международным рынком и реформой системы социального страхования. Среди факторов, замедляющих развитие внутреннего финансового рынка, больше всего выделяется: недостаточный спрос со стороны корпораций на финансовые инструменты управления риском, недостатки инфраструктуры, юридические проблемы и конкуренция со стороны иностранных рынков капитала. На мой взгляд, основной барьер для развития внутреннего финансового рынка это недостаточный спрос на финансовые инструменты со стороны корпораций, которые только начинают управлять их финансами. Только один рынок мог быть определен как относительно ликвидный рынок – это рынок векселей, используемым корпорациями, чтобы управлять их ликвидностью. Спрос на финансовые инструменты со стороны рыночного сектора все еще слишком слаб, чтобы поддержать ликвидность индивидуальных сегментов внутреннего финансового рынка. В настоящее время, предложение финансовых инструментов превышает спрос. Много банков подготовили процедуры, разрешающие предложение различных финансовых инструментов, но процедуры остаются "бездействующими" в ожидании спроса от корпоративных клиентов.

Развитие внутреннего финансового рынка стимулировалось в соответствии с реформой системы социального обеспечения и заканчивающимся созданием пенсионных фондов. Появление такого типа финансовых институтов увеличило спрос на внутренние акции и облигации, которые обеспечили стимул для развития внутреннего рынка долгосрочного ссудного капитала. Другим фактором, ограничивающим развитие внутреннего финансового рынка, является конкуренция со стороны иностранных рынков капитала и внутренней банковской системы. Развитие рынка долгосрочного ссудного капитала будет ограничено тем фактом, что большие внутренние компании продолжают выпускать акции и долговые ценные бумаги на международном финансовом рынке.

Можно сделать следующие выводы: характерной особенностью развития Польских финансовых рынков было появление относительно больших ликвидных межбанковских рынков. Фондовый рынок развивался более медленно, задерживая перспективу появления достаточно развитого рынка долгосрочного ссудного капитала в Польше, которая позволила бы экономике стать более стабильной и эффективной на микроэкономическом уровне.

Взаимосвязь контроллинга и управленческого учета

Молчаненко Станислав Александрович

студентка

Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: cniiad@stgau.ru

Может ли существовать контроллинг без управленческого учета?

Контроллинг представляет собой совокупность методов оперативного и стратегического управления: учета, планирования, анализа и контроля, объединяемых на качественно новом этапе развития рыночных отношений в единую систему, функционирование которой подчинено определенной цели.

Рассмотрим и проанализируем цепочку: «информация - служба контроллинга - принятие решений». Первое звено – кто и какую информацию должен представить? Информация в этом случае делится на два направления: внутренняя аналитическая и внешняя аналитическая. Внешняя аналитическая? В системе методов оперативного и стратегического контроллинга должны действовать «антенны» для немедленного и своевременного приема сигналов об изменениях на рынке, чтобы руководитель, менеджер или контроллер могли своевременно начать регулировать процесс адаптации к новой ситуации на рынке. Что означает внутренняя аналитическая информация? Исчерпывающий ответ на этот вопрос дала Е.И. Костюкова: «Говоря об информации, помогающей службе контроллинга в ее действиях и решениях, а, следовательно, влияющей непосредственно на принятие управленческих решений, необходимо отметить, что внутренняя аналитическая информация формируемая управленческим учетом, не только является частью контроллинга, но и, прежде всего, контроллинг, нужно понимать как ту же информацию, только более конкретную и уже проанализированную с учетом внешней аналитической информации».

То есть имеет место следующая цепочка: «Информация управленческого учета - служба контроллинга - конечная информация - принятие управленческих решений». Когда нужен контроллинг? Если менеджеру предприятия характерны высказывания типа: «У нас нет никакой потребности в капитале и никаких финансовых проблем». Это свидетельствует о стратегических ошибках того, кто будет принимать решения, слабой развитости управленческого учета и непонимании назначения службы контроллинга.

Каков же ответ на вопрос! Когда «смотрящий назад» бухгалтерский учет преобразуется во «впередсмотрящий», а исчисление результатов деятельности предприятия перейдет из сферы фактических в область прогнозируемых, ожидаемых показателей, служба контроллинга становится необходимой.

Есть ли коренные различия при **моделировании процесса принятия решения** у специалистов управленческого учета и у работников службы контроллинга?

По нашему мнению коренных отличий нет, данный ответ имеет следующие объяснения. Процессы принятия решений менеджерами и остальным персоналом определяют действенность управления, эффективность преодоления возникающих в процессе деятельности компании трудностей, рациональность распределения ресурсов и результативность достижения организационных целей. Ведь процессы принятия решений — кирпичики бизнес-процессов. Проект управляющего решения — это оформленный в соответствии с принятыми в компании стандартами результат логического вывода лица принимающего решение. Итак, процесс принятия решений — это логический вывод, инициируемый лицом, принимающим решения вследствие идентификации им изменения состояния его интеллектуальной базы.

Таким образом по ходу изложения мысли научной работы можно наблюдать глубокую, непрерывную взаимосвязь контроллинга и управленческого учета. В конечном счете, контроллинг можно рассматривать как систему использования данных управленческого учета по его прямому назначению, т. е. как конечную проектно-аналитическую стадию учета для управления.

Особенности развития банковской системы Казахстана в рыночных условиях *Морозова Елена Викторовна*

студентка

Уральская Академия труда и социальных отношений, Уральск, Казахстан

Развитие банковского сектора. В 1990-1991 гг. возникла необходимость реформирования банковской системы, что было обусловлено обретением Казахстаном независимости и переходом на рыночные отношения. Для этого, в 1990 году была создана законодательная основа для реформирования банковской системы Казахстана - принят новый Закон «О банках и банковской деятельности в Казахской ССР». Данным законом было впервые закреплено определение коммерческого банка и разрешено создание иных кредитных учреждений (общества взаимного кредитования, кредитные кооперативы, пенсионные, инвестиционные фонды, ломбарды). Было разрешено открытие частных банков, а также банков с участием иностранного капитала.

В 1993-1994 годах количество коммерческих банков достигло 204, причем многие из них были финансово несостоятельными. Перед Национальным Банком (Нацбанк) остро встал вопрос оздоровления банковского сектора. Более жесткие требования к созданию и деятельности банков, а также более широкие полномочия Нацбанка по регулированию банковской деятельности, были закреплены в Указе Президента РК, имеющем силу Закона, «О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан» (далее - Закон о банках) от 31 августа 1995 года, который был разработан на основе международных стандартов осуществления банковской деятельности и банковского надзора.

Переход банковской системы к международным стандартам. В целях укрепления и дальнейшего роста банковского сектора в конце 1996 года была принята Программа перехода банков второго уровня к международным стандартам, в рамках которой предусматривалось поэтапное достижение банками международных стандартов в части достаточности капитала, качества активов, уровня менеджмента, ведения бухгалтерского учета, ввода и передачи информации. В течение 2001 года банки должны для оценки итогов выполнения Программы представить в Нацбанк аудиторское заключение, содержащее оценку выполнения требований Программы, одной из независимых международных аудиторских компаний, после чего будут подведены итоги Программы перехода банков второго уровня РК к международным стандартам деятельности. В 1999 году по решению Правительства и Нацбанка РК был введен режим свободно плавающего обменного курса тенге (СПОК), что предполагает формирование курса тенге на основе спроса и предложения на валютном рынке без значительного вмешательства Нацбанка, которое возросло после кризиса на внешних финансовых рынках в 1998 году, особенно в России. Количественные показатели деятельности банков значительно выросли по причине их соответствующей переоценки. При этом, в результате ухудшения финансового состояния заемщиков, несколько снизилось качество ссудного портфеля банков и возросли расходы на формирование провизии. Однако, благодаря высокому уровню капитализации банков и последовавшему экономическому росту в стране, введение СПОК существенно не повлияло на финансовую устойчивость банков и стабильность банковского сектора в целом.

Внедрение в 2000 году системы обязательного коллективного гарантирования (страхования) вкладов (депозитов) физических лиц в банках второго уровня позволило значительно повысить защиту интересов вкладчиков банков и, тем самым, доверие препятствующей дальнейшему институциональному развитию банковского сектора. Для решения этой проблемы в ноябре 1999 года было создано закрытое акционерное общество «Казахстанский фонд гарантирования (страхования) вкладов физических лиц», учредителем которого является Нацбанк Казахстана.

Долгосрочной целью является включение в систему всех действующих банков второго уровня, имеющих право на прием депозитов физических лиц.

В 2000 году были внесены изменения и дополнения в некоторые законодательные акты Республики Казахстан, в соответствии с которыми был расширен перечень и ужесточены процедуры предоставления информации, представляющей собой банковскую тайну, а также усовершенствованы нормы, касающиеся деятельности системы обязательного коллективного гарантирования (страхования) вкладов (депозитов) физических лиц. Мероприятия в данных направлениях, подкрепленные законодательством, привели к росту объема депозитов физических лиц, привлеченных банками, что свидетельствует и о повышении доверия населения к банковской системе

Количественные показатели развития банковского сектора в 2000 году превысили темпы развития национальной экономики. В немалой степени этому способствовали мероприятия Нацбанка по защите вкладчиков, а также повышение требований к уровню капитализации банков.

В отличие от банков, постоянно росло количество организаций, осуществляющих отдельные виды банковских операций, что было одним из признаков развития финансового посредничества в Казахстане. Количество организаций, осуществляющих отдельные виды банковских операций, составило 107 по состоянию на конец 2000 года.

Перспективы развития банковского сектора. В 2004 году ожидается рост уровня финансового посредничества. Предпосылками этого являются повышение доверия к банковской системе, наличие законодательной базы для развития отношений в области финансового лизинга и наблюдаемые процессы создания лизинговых компаний, реализация Концепции долгосрочного финансирования жилищного строительства и развития системы ипотечного кредитования в РК, принятие Закона РК «О жилищных строительных сбережениях в РК». Это позволит привлечь в финансовую систему временно свободные деньги населения.

Анализ уровня капитализации банковской системы Украины

Моцак Валентин Валентинович

студент

Государственная академия статистики, учета и аудита, Киев, Украина

E-mail: karchev@ua.fm

Банковский капитал играет важную роль в процессе создания и функционирования банков, хотя составляет небольшую часть общих резервов банков. Формирование собственного капитала является необходимым условием обеспечения коммерческой и хозяйственной деятельности банка и его финансовой стабильности.

Поэтому одной из самых важных проблем, предстающих перед его менеджментом, является привлечение и поддержание достаточного уровня собственного капитала.

К банковской деятельности со стороны государственных надзорных органов Национального Банка Украины (НБУ) предъявляются особые требования, которые выражаются в применении обязательных экономических нормативов регулирования.

Значения этих нормативов рассчитываются на основе значений собственного капитала и отдельных его составляющих, которые в свою очередь зависят от количества регулятивного капитала банков.

Статистические показатели банковской системы Украины за 2004 год показывают тенденцию наращивания объемов общего капитала и, соответственно, регулятивного капитала наибольшими банками системы. Наращивание характеризуется ежемесячным относительным приростом регулятивного капитала на уровне примерно 4%.

Что касается остальных банков, особенно с низким объемом собственного капитала, то для них тенденция наращивания объемов общего капитала незначительна и нестабильна. Это и сказывается на результатах их деятельности.

Важными характеристиками банков являются показатели адекватности размера их капитала, которые регулируются нормативами H_2 и H_3 НБУ.

Они весомо влияют на уровень надежности и доверия к банку со стороны клиентов, так как показывают уровень обеспеченности банковской деятельности их собственным капиталом. Анализ уровня адекватности капитала в динамике указывает на зависимость результативных показателей деятельности банков, таких как рентабельность активов (ROA) и рентабельность капитала (ROE), от вариации его значений.

Структурный анализ показывает на существенную зависимость таких характеристик деятельности банков как расходы банка, доходность активов и уровень комиссионных доходов от уровня адекватности капитала, которая соответствующим образом сказывается на результативных показателях.

Коэффициенты корреляции между статистическими совокупностями значений рентабельности активов, рентабельности капитала и показателями адекватности капитала свидетельствуют про существенную линейную регрессионную зависимость.

Проведенный анализ указывает на тесную связь результативных показателей банков с уровнем обеспеченности их деятельности собственным капиталом. Значительное его отклонение от нормативного значения, установленного НБУ, коррелирует с доходностью и прибыльностью деятельности, что указывает на важность уровня обеспеченности банков их капиталом для вкладчиков и надзорных органов в экономических условиях Украины.

Влияние нестабильности динамики размеров регулятивного капитала и, соответственно, уровня адекватности капитала на результативные показатели, особенно рентабельность капитала, может негативно сказываться на его рыночной стоимости, выраженной в рыночной стоимости акций банков.

Проведенный анализ показал необходимость активного мониторинга уровня капитализации банковской системы Украины как важного информационного фактора обеспечения ее эффективного функционирования.

**Определение оптимальных ставок кредитования юридических лиц
в филиале коммерческого банка
Найдёнова Ксения Владимировна**

студентка

Обнинский государственный технический университет атомной энергетики, Россия

E-mail: ksenyanaid@yandex.ru

Как показывает практика, наиболее распространенной причиной неэффективности кредитной политики коммерческих банков являются просчеты в определении процентных ставок, связанные с ошибочной оценкой состояния финансового рынка. Цель данной работы состоит в разработке методики определения оптимальной процентной ставки, максимизирующей прибыль банка от предоставления кредитов в прогнозном периоде. Разработка методики имеет важное практическое значение для банковского сектора, поскольку позволяет выявить резервы роста прибыли банка в целом и определить спрос на кредиты в отдельных филиалах банка. Фактологическим материалом для исследования послужили данные статистики выдачи кредитов юридическим лицам в филиале коммерческого банка в г.Обнинске за период с 2002 по 2004гг. Основная задача на первом этапе исследований состояла в расчете оптимальной процентной ставки на основе данных об объемах выданных кредитов и динамике процентных ставок за анализируемый период.

При построении модели были сделаны следующие допущения: 1)Банк является монополистом на данном сегменте кредитных услуг; 2)Спектр банковских кредитов в прогнозном периоде неизменен по сравнению с анализируемым периодом; 3)Вклады в банке существенно превышают потребности в средствах для предоставления кредитов; 4)Реальная процентная ставка по вкладам меньше нуля.

Реализация модели осуществляется по следующему алгоритму:

1. Собирается статистика выдачи кредитов за периоды времени, в течение которых действовали неизменные процентные ставки;
2. Определяется средний размер кредита за неделю при неизменной ставке процента. Так, при ставке процента по кредиту, равной 25%, объем выданных кредитов за неделю составил 224тыс.руб., при ставке в 18%, действовавшей в течение двух периодов времени,- 840тыс.руб. и 565тыс.руб. соответственно.
3. Номинальные ставки процента по кредиту приводятся к реальным по формуле $СП_{ri} = СП_{ni} - ТИ_i$, где $СП_{ri}$ - реальная процентная ставка в i -ом периоде, $СП_{ni}$ – номинальная процентная ставка i -ого периода, $ТИ_i$ - темп инфляции в соответствующем периоде, $i=1,2,3$. В качестве измерителя темпов инфляции был принят индекс потребительских цен, объявленный Госкомстатом РФ. На 2002г. он составил 15,79%, на 2003г.-12%, на 2004г.-11%. Таким образом, реальные процентные ставки составили 9,21% для 2002г., 6% для 2003г. и 7% для 2004г.
4. С помощью пакета программ STATGRAPHICS Plus строится линия спроса на кредиты; предполагается, что она линейна в первом приближении. Полученное уравнение зависимости объема выданных кредитов от реальной процентной ставки имеет вид $СП_r = 10,77 - 0,0068 * D$, где D - значение спроса на кредиты
5. Получаем формулу для прибыли банка вида $П_k = D * СП_r - З$, где $П_k$ – прибыль банка от кредитования, $З$ - затраты банка на выдачу кредитов; считаем, что все расходы банка на кредитование не зависят от объемов еженедельного кредитования.
6. Приравнивая первую производную от прибыли к нулю (дифференцирование осуществляется по D), ищем максимум прибыли и оптимальную процентную ставку. По имеющимся данным получаем $D_{opt} = 792$ тыс.руб./неделя, $СП_{r_{opt}} = 5,38\%$.
7. Считая неизменным рынок кредитов данного филиала банка, рассчитываем оптимальную процентную ставку на 2005г. По данным Госкомстата ожидаемый темп инфляции в 2005г. прогнозируется на уровне 6-7%, следовательно, оптимальная процентная ставка составит 11,38-12,38%.

Поскольку на 2005г. в банке по данному виду кредитов устанавливается ставка 14% годовых, то очевидна неоптимальность принятой кредитной политики. Рекомендация в данном случае состоит в снижении ставки процента по кредиту до уровня оптимальной, т.е. до 11-12% годовых. При условии следования предложенной рекомендации прибыль филиала банка от предоставления кредитов юридическим лицам будет стремиться к максимуму. Прирост прибыли от кредитования юридических лиц достигается при сдвиге кривой спроса на кредиты вправо-вверх. Необходимым условием такого сдвига является проведение маркетинговых исследований с целью разработки активной рекламной политики и диверсификации кредитных продуктов.

Таким образом, обоснована оптимальная ставка процента по кредиту и ориентировочный недельный объем кредитования, который позволяет за счет роста банковской прибыли повысить финансовую устойчивость и ликвидность банка.

Регулирование размера позиции с учетом предыдущей волатильности

Неудахин Иван Владимирович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: neud_jr@proc.ru

Необходимым элементом любой успешной стратегии управления инвестициями на финансовом рынке является разумный подход к контролю рисков. Регулирование размера позиции в зависимости от значений предыдущей волатильности может позволить управляющему портфелем акций повысить эффективность торговли за счет существенного увеличения доходности при малом увеличении риска.

На торговой истории акций РАО «ЕЭС России» за период с 30.05.97 по 23.05.03 автором проведено компьютерное моделирование использования трендследящей торговой стратегии, которая модифицируется путем включения в нее критерия волатильности. Тестируемая автором торговая система построена так: в периоды низкой волатильности при возникновении сигнала на вход размер позиции будет увеличиваться, в периоды высокой волатильности – уменьшаться. Сигналы на открытие длинных или коротких позиций генерируются при пробое ценой акции ценового максимума или ценового минимума за три предыдущих периода. Используемый тайм-фрейм – недельный. Открытие и закрытие позиции осуществляется всем лимитом сразу.

Вывод о жизнеспособности данной концепции сделан автором на основе сравнения эффективности базовой модели и модели, в которой используется критерий предыдущей волатильности при принятии торговых решений.

Результаты тестирования базовой трендследящей модели

Таблица 1. TradeStation Strategy Performance Report – EESR (30.05.97-23.05.03).

Доход от прибыльных трейдов	960,1	Прибыль в открытой позиции	51,8
Чистая прибыль	573,3	Потери от убыточных трейдов	(387)
Общее число трейдов	104	Процент прибыльных трейдов	40,4%
Средн. выигрыш/средн. проигрыш	3,66	Максимальный выигрыш	119,3
Макс. число выигрышей подряд	6	Максимальный проигрыш	(31,8)
Макс. число проигрышей подряд	4	Максимальная просадка счета	(94,6)
Средний проигрыш в убыточном трейде	(6,2)	Чистая прибыль / макс. просадка счета	6,06

Базовая модель является весьма эффективной в долгосрочном периоде: соотношение средний выигрыш/средний проигрыш составляет 3.66, а соотношение чистая прибыль/максимальный дродаун составляет 6.06. Такие показатели свидетельствуют о работоспособности трендследящей торговой стратегии на выбранном семилетнем периоде торговой истории. Убедившись в том, что базовая торговая модель позволяет получать прибыль в долгосрочном периоде, перейдем к результатам тестирования модели, учитывающей волатильность при расчете оптимального размера позиции.

Результаты тестирования модели с использованием критерия предыдущей волатильности при регулировании позиции

Таблица 2. TradeStation Strategy Performance Report – EESR (30.05.97-23.05.03).

Доход от прибыльных трейдов	1008	Прибыль в открытой позиции	48,8
Чистая прибыль	640,1	Потери от убыточных трейдов	(368)
Общее число трейдов	104	Процент прибыльных трейдов	40,4%
Средн. выигрыш/средн. проигрыш	4,05	Максимальный выигрыш	119,3
Макс. число выигрышей подряд	6	Максимальный проигрыш	(24,1)
Макс. число проигрышей подряд	4	Максимальная просадка счета	(93,6)
Средний проигрыш в убыточном трейде	(6,2)	Чистая прибыль / макс. просадка счета	6,84

Результатом регулирования размера позиции на основе предыдущей волатильности стало увеличение чистой прибыли (на 12%) при сокращении максимального дродауна (на 6%). Следовательно, важнейшая с точки зрения надежности торгового метода характеристика системы – соотношение чистой прибыли и максимальной просадки счета – увеличилось с 6,06 до 6,84.

Мы можем констатировать, что в долгосрочном периоде данная методика регулирования размера позиции заметно повышает доходность системы при небольшом снижении уровня риска. Важно, что примененный метод регулирования снижает и средний, и максимальный убыток на одну сделку. Следовательно, применяя такую стратегию регулирования размера позиции, мы очень разумно регулируем риски.

Как известно, серьезные выводы о применимости подходов можно делать, только если базовые принципы с успехом работают для разных инструментов (хотя и необязательно, чтобы они давали отличный результат на любых акциях).

Автор проверил эффективность рассмотренной методики на торговой истории акций Ростелекома за период с 12.09.97 по 23.01.04 по такой же схеме: модель без использования критерия волатильности сравнивалась с моделью, в которой регулирование позиции на основе предыдущей волатильности используется.

Результаты компьютерного моделирования показали, что для торговли акциями Ростелекома применение критерия волатильности при расчете оптимальной величины позиции еще более оправдано. Полученная прибыль увеличилась на 83% (с 572,2 до 1047,8), при этом максимальный дродаун сократился примерно на 1% (с 220.1 до 218.4).

Разумеется, сокращение дродауна на 1% нельзя признать существенным, и можно лишь констатировать, что повышение доходности системы в данном случае не приводит к увеличению уровня принимаемых рисков. Об этом же свидетельствует и увеличение показателя чистая прибыль/максимальный дродаун (с 2.6 до 4.8).

После тестирования методики на акциях Ростелекома есть серьезные основания рекомендовать описанный метод к практическому применению: метод, показывающий стабильное и заметное улучшение результатов на разных акциях, с высокой вероятностью будет работать и в будущем.

Список использованной литературы

1. Джеффри Оуэн Кац, Донна Л. МакКормик. Энциклопедия торговых стратегий. Москва, 2002.
2. Евгений Титов. Механическая торговая система, адаптивная к риску // Современный трейдинг, №3 2001.

К вопросу о принципах банковского аудита

Никитина Екатерина Евгеньевна

студентка

Самарская государственная экономическая академия, Самара, Россия

Аудит (аудиторская деятельность) – предпринимательская деятельность аудиторских фирм по осуществлению независимой проверки хозяйствующего субъекта в целях подтверждения достоверности финансовой отчетности, ее соответствия внутреннему законодательству, проверки состояния внутреннего контроля, оценки финансового состояния и разработки рекомендаций по ее улучшению.

К особенностям банковского аудита, в первую очередь из-за специфического субъекта – коммерческого банка, относятся:

- повышенный аудиторский риск (объем денежных средств);
- первостепенность диагностической направленности банковского аудита (зависимость всех секторов экономики);
- особое внимание аудиторов к проверке клиентской базы банка;
- система внутреннего контроля (мошенничество);
- нормативно-правовое регулирование данной сферы ЦБ РФ.

Для эффективной оценки и проверки бухгалтерского учета и финансовой отчетности организации с учетом вышеперечисленных особенностей аудиторам необходимо соблюдение основных принципов аудиторской деятельности. К основным принципам закон относит независимость, честность, объективность, профессиональную компетентность, добросовестность, конфиденциальность, профессиональное поведение. Тем не менее, многие принципы либо не соблюдаются, либо, в силу не достаточно конкретных норм закона, могут трактоваться по-разному. На мой взгляд, особо важными принципами для банковского аудита являются: независимости и конфиденциальности.

Принцип независимости – отсутствие какой-либо финансовой или иной имущественной заинтересованности аудитора на проверяемом предприятии. Важное правило, которое дает дополнительные гарантии, с одной стороны, независимости и

исключает возможность финансового давления на аудитора со стороны проверяемого экономического субъекта - обязанность организации оплачивать услуги аудитора в порядке и размере, предусмотренными договором на оказание услуг, в том числе в случаях, когда руководство проверяемого субъекта не согласно с выводами аудиторской проверки, а также в случаях, когда аудитор по независящим от него причинам не полностью выполнил взятые на себя обязательства. Но с другой стороны, возможно данная гарантия действует, когда мы говорим о внутреннем контроле, когда аудируемое лицо – заинтересованно в правильном аудите, но в случае обязательного аудита, данное правило попадает под сомнение.

Принцип конфиденциальности реализуется в следующей норме закона: «Аудиторские организации и индивидуальные аудиторы обязаны обеспечивать сохранность сведений и документов, получаемых и (или) составляемых ими при осуществлении аудиторской деятельности, и не вправе передавать указанные сведения и документы или их копии третьим лицам либо разглашать их без письменного согласия организаций и (или) индивидуальных предпринимателей, в отношении которых осуществлялся аудит и оказывались сопутствующие аудиту услуги...». Формулировка “случаи, предусмотренные федеральными законами” достаточно размыта. Контроль качества аудита предполагает достаточно глубокий анализ документов, в том числе документов клиента и внутренних документов, составленных специалистами фирмы по результатам проведенных проверок, что делает возможным злоупотребление аудитором своим положением и разглашением сведений, а меру, предусмотренную законом в виде взыскания убытков, чтобы применить, необходимо доказать вину аудитора, что довольно сложно. К тому же, основное богатство аудиторско-консультационных компаний — профессиональная компетенция ее специалистов, поэтому активы даже самых крупных фирм этого сектора рынка несопоставимы с суммами возможных исков кредитных организаций. Таким образом, наличие законодательной нормы о полной имущественной ответственности не дает клиенту реальной гарантии получения от фирмы всей суммы причиненных убытков.

Примерно также и другие принципы аудиторской деятельности являются спорными и подлежат разъяснению. В настоящий момент готовится ФЗ «О внесении изменений в ФЗ «Об аудиторской деятельности», но вносимые изменения в некоторых случаях ограничивают некоторые принципы. Согласно законопроекту аудиторы должны будут немедленно сообщать ФНС о любом нарушении законодательства, обнаруженного в ходе проверки. Аудиторы отрицательно относятся к данному нововведению, так как оно нарушает основной принцип аудита – независимость проверки бухгалтерской отчетности.

Каждый аудитор и каждая аудиторская фирма должны, согласно законопроекту, стать членами саморегулируемого профессионального объединения (СРО). Членские взносы предполагаются значительными, а это сильно ударит по финансам и так небогатых аудиторских фирм, относящихся к малому бизнесу. В результате этого им придется прекратить работу совсем либо присоединиться как филиалы к более крупным аудиторским компаниям, потеряв свою финансовую независимость.

Поправки, которые касаются переэкзаменовки для получения единого аттестата нового образца по которому не будет деления на специалистов банковского аудита, общего аудита и др., нарушают принцип профессиональной компетентности, т.к. специалист в узкой сфере, на мой взгляд, проведет проверку гораздо более эффективно.

Нормы законопроекта направлены в основном на ужесточение мер ответственности аудируемых организаций и повышения требований к качеству аудита, что несомненно необходимо, но прежде чем вводить новые правила, необходимо урегулировать уже существующие сферы, особенно, если это основополагающие начала отрасли права.

Управление финансовыми потоками холдинга. На примере нефтяного холдинга. **Новикова Анна Вячеславовна Новиков Александр Владимирович**

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: anna_new@newmail.ru

В силу высокой значимости нефтяного комплекса в нашей стране встает вопрос о поиске эффективного управления и выработке нового подхода к политике устойчивого развития на долгосрочную перспективу нефтяной компании и нефтяной отрасли на основе управления финансовыми потоками. Предлагается рассмотреть подходы к управлению финансовыми потоками нефтяного холдинга, с учетом специфических особенностей данной отрасли. Для эффективного управления финансовыми потоками в холдинге необходимо исследовать холдинговую структуру как экономическую единицу: выявить особенности организационной структуры, произвести финансовый анализ и на этой основе выстроить модель управления финансовыми потоками. Исследования организационной структуры позволяют выявить особенности построения бизнес - процессов холдинга: производственные особенности дочерних компаний; финансовую взаимосвязь между всеми структурными звеньями; организационную структуру управления (определение центров ответственности, центров прибыли, центров затрат и т.п.). Изучение богатого опыта зарубежных и российских компаний позволило выделить основные подходы к управлению потоками денежных средств в нефтяном холдинге:

- необходимо разграничивать управление потоками денежных средств в дочерних компаниях и внутри холдинга;
- управление потоками денежных средств подчинено Корпоративному центру, который: разрабатывает и устанавливает единую стратегию холдинга на краткосрочную и/или долгосрочную перспективу развития.

Управление потоками денежных средств включает два основных направления: управление эффективностью движения потоков денежных средств в дочерних компаниях и Холдинг-центре на основе анализа финансового состояния каждой структурной единицы; управление перераспределением потоков денежных средств внутри холдинга между структурными подразделениями: распределение консолидированной прибыли по секторам, привлечение финансовых ресурсов для финансирования внешних и внутренних проектов компании, построение различных схем по оптимизации налогообложения, в частности, трансфертное ценообразование и оффшорные схемы и т.п.

В большинстве российских нефтяных холдингах основная прибыль формируется в секторе "апстрим". Реализация сырой нефти холдинга делится на два потока: "свободный поток" дочерних компаний и "свободный поток" Корпоративного Центра. Второй сектор - "даунстрим" — в силу наибольших возможностей создания добавочной стоимости является наиболее контролируемым со стороны Корпоративного Центра:

Таким образом, для выработки эффективной системы управления финансовыми потоками необходимо проводить комплексный анализ каждого отдельного предприятия в составе холдинга, анализируя финансовые, производственные и организационные аспекты деятельности. Создание комплексной схемы по управлению потоками денежных средств позволит эффективно перераспределять денежные средства в холдинге, минимизировать потери, связанные с затратами на капитал, расходами на закупку сырья и материалов, неплатежами и т.п., тем самым увеличивая потенциал экономического роста холдинга.

Литература

1. Алекперов В.Ю. Вертикально-интегрированные нефтяные компании России. М., 1996.
2. Бочаров В.В. Финансовый анализ. СПб.: Питер, 2001.
3. Горбунов А. Управление финансовыми потоками и организация финансовых служб предприятий, региональных администраций и банков. М.: Анкил, 2000

**Проблема приближения бухгалтерской отчетности
к требованиям международных стандартов**

Осипова Маргарита Витальевна

студентка

Чебоксарский кооперативный институт Центросоюза РФ, Чебоксары, Россия

E-mail: margoshka85@mail.ru

Адаптация российского бухгалтерского учета к требованиям международных стандартов финансовой отчетности идет полным ходом в течение последнего десятилетия. Как показывает практика, существующая модель корпоративной отчетности не может в достаточной мере обеспечить прозрачность и достоверность последней. В наибольшей степени рыночной экономике соответствует система финансовой отчетности, рекомендуемая международными стандартами. Она обеспечивает рынок полезной финансовой информацией не только широкий круг заинтересованных пользователей, но и позволяет по-новому, эффективно построить управление компанией, является важной составляющей качественного корпоративного управления компанией. Главное преимущество МСФО заключается в том, что они дают возможность составить достаточно объективную и адекватную картину финансового положения и финансовых результатов деятельности компаний, что позволяет менеджерам принимать более эффективные управленческие решения.

Переход российских компаний на международные стандарты финансовой отчетности является необходимым шагом и с точки зрения повышения качества раскрытия финансовой информации. Участники корпоративных отношений (акционеры, кредиторы, менеджмент предприятий, инвесторы, правительство) нуждаются в унифицированной отчетности, которая, с одной стороны, требовала бы минимум затрат на ее составление, а с другой стороны, была бы понята и показательна для всех заинтересованных лиц. В результате перехода компаний на составление отчетности, по МСФО исчезнет необходимость в составлении других видов: налоговой, бухгалтерской, международной и управленческой.

Менеджеры предприятий, использующие МСФО, получают отчетность, которая максимально объективно отражает действительность и на основе которой можно принимать более грамотные управленческие решения. В макроэкономическом плане переход к МСФО повысит инвестиционную привлекательность реального сектора экономики страны и увеличит объемы иностранных инвестиций в отечественную экономику. В то же время не стоит чересчур преувеличивать значение МСФО. Золотого инвестиционного дождя и резкого роста эффективности бизнеса сразу мы не увидим. При этом нередко звучит мнение о том, что МСФО необходимы иностранцам для более активной экспансии в Россию. Поэтому чрезвычайно важно соблюсти компромисс: с одной стороны нужно приобщаться к достижениям мировой практики и повышать свою инвестиционную привлекательность через внедрение международных стандартов бухгалтерского учета, а с другой стороны не стоит рассматривать МСФО как панацею от всех бед российской экономики. Переход должен быть поэтапный, по мере соблюдения, прежде всего, экономической целесообразности. Поскольку существует и большой пласт проблем организационного характера.

Вместе с тем международные стандарты являются комбинацией нового компромисса, под которым понимается не что иное, как соглашение между представителями разных бухгалтерских школ, где конечной целью выступает увеличение прозрачности отчетности фирм для всех внешних пользователей. Переход на международные стандарты – сложный процесс, колоссальную часть которого составляет именно подготовка кадров и повышение их квалификации. Все участники – и те, кто использует стандарты, и те, кто их устанавливает, должны в них разбираться, и

понимать и цель, и методы использования новых стандартов. Многие должны пройти соответствующую подготовку и обучение. Это, прежде всего, бухгалтеры, аудиторы, менеджмент компаний, правительственные ведомства, работающие с финансовой информацией.

**Сравнительный анализ комплекса маркетинга институтов коллективного инвестирования США и России
(на примере взаимных фондов и паевых инвестиционных фондов)**

Павлов Юрий Павлович

студент

Сыктывкарский государственный университет, Сыктывкар, Россия

E-mail: yury@oligma.net

Современное развитие экономики России требует создания эффективных механизмов для привлечения инвестиционных средств. Банковская система не в состоянии дать нужное количество финансовых ресурсов.[2] Кроме этого, в связи с повышением благосостояния граждан, у них возникает потребность в сохранении и приумножении свободных денежных средств. Другой немаловажный фактор – это пенсионная реформа. Пенсионные деньги граждан должны быть инвестированы в прибыльные финансовые инструменты и должны управляться надежными и открытыми финансовыми институтами. [3].

Общий сравнительный анализ комплекса маркетинга американских взаимных фондов и комплекса маркетинга российских паевых фондов даст нам представление о том, в каком направлении возможно развитие маркетинга в отечественной отрасли коллективных инвесторов.

Одной из проблем, связанных с изучением маркетинга в данной сфере, является возможность применения российскими коллективными инвесторами, в частности паевыми инвестиционными фондами, модели комплекса маркетинга американских взаимных фондов.

Главной целью исследования является сравнительный анализ комплекса маркетинга российских паевых фондов и американских взаимных фондов.

Для достижения поставленной цели предлагается решить ряд задач:

1. Описание теоретических и нормативных основ деятельности инвестиционных фондов в США и России.
2. Рассмотрение типов инвестиционных фондов
3. Сравнительный анализ комплекса маркетинга ПИФов и взаимных фондов
4. Выявление наиболее значимых факторов, влияющих на рынок коллективных инвестиций в России.

Предметом исследования являются качественные и количественные характеристики маркетинговых комплексов американской и российской отраслей.

Объектом исследования выступают паевые инвестиционные фонды в России и взаимные фонды в США.

Фактор продукта имеет существенные различия, вызванные, прежде всего разными стадиями развития рынка и законодательства, а также различиями в спросе населения на определенные услуги коллективных инвесторов. Говоря о факторе цены, мы можем сказать, что особых различий найдено не было. Структуры издержек фондов и издержек инвесторов на приобретение и продажу ценных бумаг являются почти одинаковыми. Стоит лишь заметить, что американские фонды используют более дифференцированный подход в установлении конечной цены на свои акции.[4]

Схемы каналов распределения имеют как качественные, так и количественные отличия, вызванные степенью развития отрасли, осведомленностью населения об

инвестиционных услугах и степени их доверия к коллективным инвесторам, законодательством.

Продвижение услуг фондов различается скорее количественно, чем качественно.

Причиной недостаточной рекламы российских фондов является степень развития отрасли, средние размеры фондов, их капитализация.

В заключении стоит отметить, что в комплексе маркетинга обеих отраслей: американской и российской становится меньше качественных различий, но количественные отличия остаются существенными. Например, средний размер фондов, их количество на рынке, количество предлагаемых инвестиционных стратегий, объемы средств, выделяемых на рекламу и поддержку каналов распределения. Количественные отличия вызваны, по нашему мнению, возрастом отрасли и общим развитием экономики. С ростом экономического благосостояния населения, развитием всей отрасли институциональных инвесторов, комплекс маркетинга российских ПИФов будет все более сближаться по своим характеристикам с комплексом маркетинга американских взаимных фондов.

Литература

1. Кокорев Р., Капитан М., Волынкин К. «Опыт розничных продаж инвестиционных паев ПИФ» // Рынок ценных бумаг, 2003. №20.
2. Лыхов С, Рузаева М «Российские банки и система коллективного инвестирования» // Рынок ценных бумаг, 2000. №17.
3. Малышев Д. «ЛУКОЙЛ Фонд»: от чекового фонда – к паевым» // Рынок ценных бумаг, 1999. № 16.
4. American Express Partners Series, INC. Statement of Additional Information for AXP® Partners Small Cap Core Fund July 30, 2002
5. American Express Financial Advisory Service, Statement of General Information April 1, 2003 – March 31, 2004.

Оптимизация распределения инвестиций в холдинге

Панова Ольга Александровна

студент

Тульский государственный университет, Тула, Россия

E-mail: fim@tsu.tula.ru

Основная задача, решаемая при проведении реструктуризации предприятий, - создание структуры, обеспечивающей как достаточную гибкость в условиях быстро изменяющейся внешней среды, так и сохранение эффекта масштаба, присущего крупным предприятиям и дающего им значительные конкурентные преимущества [2]. Наиболее действенно поставленная задача решается путем построения структур холдингового типа, в которых основное общество, отвечающее за согласованность действий входящих в холдинг структур, обеспечивает реализацию эффекта масштаба, а входящие в него дочерние общества используют преимущества, основанные на скорости принятия решений и связанной с ней гибкости при производстве и продвижении товаров на рынке.

Материнская компания формирует структуру органов управления и распределяет полномочия. Процедура управления холдингом определяется структурой капитала дочерних обществ. Для эффективного функционирования холдинга система управления должна включать два контура: контур управления и распределения полномочий в соответствии с действующим законодательством и политикой холдинга, а также контур обратной связи, обеспечивающий учет возможностей и интересов управляющей компании и дочерних обществ.

Рассмотрен холдинг, состоящий из управляющей компании и дочерних обществ. Управляющая компания не выпускает продукцию, а весь свой начальный капитал

держит в контрольных пакетах дочерних обществ, его функции – распределение финансовых инвестиций. «Дочки» занимаются выпуском продукции на средства, предоставленные им управляющей компанией [1].

В иерархической модели холдинга управляющая компания представляет собой верхний уровень, дочерние общества – нижний уровень, состоящий из соответствующих этим обществам однотипных подсистем.

Характер взаимодействия элементов в системе определяется ее иерархической структурой, которая предполагает, что система состоит из элементов, обладающих самостоятельными правами при принятии решений. Иерархическая система – это принципиально многокритериальная система, цели верхнего уровня в которой не совпадают с целями элементов нижнего уровня.

Рассматривается задача распределения ресурсов в двухуровневой иерархической системе. Верхний уровень представляет собой управляющую компанию, целью функционирования которой является максимизация товарного выпуска. Нижний уровень представляет собой группу дочерних обществ, стремящихся максимизировать свой доход, исходя из ресурсов, которые выделяет им управляющая компания. Ресурсы, имеющиеся в холдинге, являются ограниченными.

Функционирование структурных единиц холдинга описывается задачами линейного программирования соответственно для каждой единицы.

Механизм взаимодействия между уровнями в линейной иерархической системе осуществляется следующим образом: управляющая компания сообщает начальное распределение ресурсов на нижний уровень. Каждое дочернее общество, исходя из полученных ресурсов, рассчитывает возможное количество производимой продукции по каждому виду. Задавая приращение ресурсам, структурные единицы нижнего уровня рассчитывают свои матрицы откликов. На верхний уровень передаются матрицы откликов и величины выпуска. Управляющая компания – координирующий центр, поэтому задача верхнего уровня изменяется с учетом полученных с нижнего уровня данных. Метод получения согласованного решения является итерационным, на каждой итерации вычисляется новое значение матрицы откликов. Процесс вычислений заканчивается, если целевая функция управляющей компании не увеличивается. Таким образом, все ресурсы в холдинге распределены оптимально с учетом интересов структурных единиц.

Разработанная многокритериальная модель реализована в среде Excel. Холдинг состоит из управляющей компании и двух дочерних обществ. Клиент-серверная технология позволила реализовать процедуры взаимодействия между структурными единицами холдинга путем передачи откликов на предлагаемое распределение для получения согласованного решения.

Библиография

1. Митрофанова Н., Панова М. Холдинг и его «дочки» // Эксперт, 1999, №7, С. 22-24.
2. Сычев В. Время сливаться // Эксперт, 2004, №5, С.32.

Венчурный капитал в России

Петрушанский Валерий

студент

Университет им. Гёте, Франкфурт-на-Майне, Германия

E-mail: pwalerian@yahoo.de

Название «венчурный» происходит от английского «Venture» – «рискованное предприятие или начинание». Сам термин «рисковый» подразумевает, что во взаимоотношениях капиталиста-инвестора и предпринимателя, претендующего на получение от него денег, присутствует элемент авантюризма. И это на самом деле так.

Рисковое (венчурное) инвестирование, как правило, осуществляется в малые и средние частные или приватизированные предприятия без предоставления ими какого-либо залога или залога, в отличие, например, от банковского кредитования. Венчурные фонды или компании предпочитают вкладывать капитал в фирмы, чьи акции не обращаются в свободной продаже на фондовом рынке, а полностью распределены между акционерами - физическими или юридическими лицами (Unquoted или Unlisted Companies).

Инвестиции направляются либо в акционерный капитал (Equity Investment или Financing) закрытых или открытых акционерных обществ в обмен на долю или пакет акций, либо предоставляются в форме инвестиционного кредита (Debt Financing), как правило - среднесрочного по западным меркам, то есть на срок от 3 до 7 лет. На практике, однако, наиболее часто встречается комбинированная форма венчурного инвестирования, при которой часть средств вносится в акционерный капитал, а другая - предоставляется в форме инвестиционного кредита. Венчурный инвестор, как правило, не стремится приобрести контрольный пакет акций компании (во всяком случае, при первичном инвестировании). И в этом - его коренное отличие от «стратегического инвестора» или «партнера». Цель венчурного капиталиста иная. Приобретая пакет акций или долю, меньшую, чем контрольный пакет (Minority Position или Stake), инвестор рассчитывает, что менеджмент компании будет использовать его деньги в качестве финансового рычага (Financial Leverage) для того, чтобы обеспечить более быстрый рост и развитие своего бизнеса, а также при выходе из инвестиции высокую доходность.

Началом венчурного бизнеса в России принято считать период 1994 по 1996 годы, когда Европейский Банк Реконструкции и Развития в партнерстве со странами-донорами (Франция, Германия, Италия, Япония, США, Финляндия, Норвегия и Швеция) создали 11 фондов венчурного капитала, под управление которых было выделено \$310 млн. «на финансирование акционерного капитала». Примерно в это же время было создано несколько фондов с участием Международной Финансовой Корпорации и три фонда с участием американского капитала, самый крупный из которых тогда назывался «The U.S. Russia Investment Fund». К 1997 году на территории России действовало около 30 фондов. В 2004 года количество фондов превысило 50. Аккумулированный ими капитал за прошедшие десять лет, по различным экспертным оценкам, составляет примерно \$3,5 - 4 млрд. Однако, в силу ряда причин, как экономических, так и правовых, объем венчурных капиталовложений за этот период составил всего лишь \$2 – 2,5 млрд., профинансировано было примерно 350 предприятий.

Несмотря на невысокие объемы венчурных инвестиций прошедшие 10 лет показали жизнеспособность венчурной модели в России даже в тех экономических и правовых рамках, которые существовали 7 - 9 лет назад, когда были сделаны первые инвестиции. Это наглядно показывает, что российская среда может органично воспринимать устоявшиеся международные модели, принятые в венчурной индустрии. Главная задача - определить основные проблемные моменты, препятствующие быстрому росту и эффективному функционированию венчурных инвестиций в России.

Основными краеугольными проблемами развития российского венчурного бизнеса в прошедшем десятилетии являлись, во-первых, относительная экономическая нестабильность и отсутствие законодательной базы для инструментов корпоративного и налогового планирования, проблемы связанные с защитой и интеллектуальной собственности. Во-вторых, неразвитость деловой инфраструктуры в России в сочетании с информационной непроницаемостью и непрозрачностью предприятий, которая способствовала несостыковке интересов инвесторов и инновационных компаний. Учитывая повышенные риски и трудности, особенно в научно-техническом секторе, венчурные инвесторы, в случае положительного решения, предпочитают включаться в проекты только лишь на позднем этапе развития. И в-третьих, низкий уровень развития

ликвидности рынка венчурных инвестиций, затрудняющий выход инвесторов из проектов. Эта ситуация хорошо отражается в структуре сделок, когда инвестирование в акционерный капитал заменяется на негарантированные займы или, когда наблюдается отклонение от классического приобретения неконтрольного пакета акций к покупке контрольного в расчете на будущего потенциального стратегического инвестора. В связи с этим, разработанный проект Санкт-Петербургской Валютной Биржи, призванный выполнять функции продажи акций небольших новых фирм и ресурсного обеспечения инновационной деятельности, только набирающей обороты, будет, в ближайшее время, играть лишь второстепенную роль для инвесторов. На фоне этих проблем и обусловлено отсутствие ярких историй успеха, проинвестированных по венчурной схеме

В течении последних 1,5 лет в наблюдается рост активности венчурного бизнеса. В Россию пришли одни из крупнейших международных венчурных фондов, как Draper Fisher Jurvetson, Carlyle Group, AIG, активизировались и старые, например Quadriga, Baring Vostok и Delta Capital. Возникли также два новых российских фонда Палладе Эссет Менеджмент и КАО. Растет интерес инвесторов к российским технологическим компаниям. В начале 2004 состоялся первым громкий "выход". Компания "Аэлита" с центром разработки в Петербурге была продана калифорнийской Quest за сумму около \$115 млн. На фоне этих событий государственная поддержка и стимулирование роста венчурных инвестиций становится еще более значимой. Необходимо создать благоприятные правовые и налоговые условия привлечения инвестиций в бизнес. Государственная поддержка или участие в развитии системы инвестирования инновационного бизнеса страны является позитивным сигналом для инвесторов, как российских, так и иностранных. Развитие элементов инфраструктуры венчурного бизнеса, квалифицированные участники которого имеют многолетний положительный опыт работы практически на всей территории страны, - насущная необходимость, потому что в ближайшие несколько лет венчурный капитал будет главным механизмом привлечения средств в малые и средние предприятия.

Инвестирование объектов, в том числе и в области высоких технологий, на ранних стадиях, на стадиях "посевого капитала" возможно только с участием государства. Хотя такие инвестиции в ряде случаев коммерчески выгодны, но риски настолько велики, что инвесторы предпочитают не инвестировать в них. Венчурная индустрия заявляет о себе, как о серьезном партнере на финансовом рынке и имеет все основания стать элементом, стимулирующим быстрый прогресс предпринимательской активности, а в будущем приобрести настолько значимый характер, что это даст существенные положительные результаты для экономики страны в целом.

Список литературы

1. Гулькин П. Венчурные и прямые частные инвестиции в России. М.: 2003.
2. Venture Capital Report, Ernst&Young/Venture One, 2004 г.
3. Яндиев М.И. Венчурный капитал в России. октябрь 2003
4. Венчурный капитал в России, Taxis, декабрь 2001
5. Введение в венчурный бизнес. М.: РАВИ, 2004 г.

Фондовый рынок как фактор экономического роста России

Поляков Алексей Евгеньевич

студент

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Россия

E-mail: alex_polyakov1983@rambler.ru

В условиях проведения Правительством РФ институциональных реформ и реализации среднесрочной Программы социально-экономического развития РФ на 2005-

2008 гг. актуальным становится вопрос экономического роста страны. Причём последний, количественно выражающийся в удвоении ВВП за 10-летний период, официально заявлен в правительственной Программе как условие достижения стратегических целей: повышение благосостояния населения и уменьшение бедности.

Устойчивость экономического роста России должна обеспечиваться на базе повышения конкурентоспособности страны на мировом рынке путём создания эффективной, быстро реагирующей на изменения внешних условий экономической системы. Однако, вполне очевидна наблюдаемая в настоящее время ограниченность развития национальной экономики на базе конкурентных преимуществ в факторах производства (прежде всего топливно-энергетических ресурсов) и её высокая зависимость от конъюнктуры цен в этом сегменте мирового рынка, что является одним из источников потенциальной дестабилизации экономики России.

Поэтому долгосрочный экономический рост страны должен быть обусловлен конкурентными преимуществами на базе инвестиций в реальный сектор экономики. Каков же должен быть механизм реализации инвестиционного процесса в России? Бюджетно-налоговая политика, заключающаяся зачастую в простом финансовом выравнивании регионов, способствует консервации существующих проблем, порождает «нахлебнические» мотивы в регионах и снижает их стимулы к поиску способов повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности. Рыночный же механизм, прежде всего финансовые рынки, гарантируя инвесторам доступность полной информации о получателях инвестиций и ответственность последних перед ними, позволяет направить инвестиционные потоки в те отрасли и те регионы, где отдача от капиталовложений будет максимальной, обеспечивая экономический рост страны в целом.

Развитый фондовый рынок становится наиболее популярным в мировой практике способом привлечения инвестиций в силу его оперативности, наибольшей ликвидности и максимальной информативности, достигаемой действием рыночной инфраструктуры и применением современных информационных технологий - электронных биржевых терминалов, консолидированных баз данных, системы электронных расчётов. Кроме того, рынок ценных бумаг благодаря возможности совершения сделок через сеть Internet при помощи ПК позволит не только финансовым посредникам, но и даже сектору домашних хозяйств получать спекулятивный доход, решая социальную проблему повышения благосостояния населения.

Однако фондовый рынок РФ, несмотря на свою стремительную динамику развития, ещё достаточно слаб в привлечении инвестиций в российскую экономику (в 2004г. доля инвестиций, привлечённых предприятиями на отечественном рынке ценных бумаг, составила всего 0,6% от ВВП в то время как предложение инвестиций иностранными фондовыми рынками - 1,56% ВВП). Высокая степень недоверия к российскому фондовому рынку как со стороны иностранных, так и со стороны внутренних участников вызвана следующими причинами институционального, административного и инфраструктурного характера:

- громоздкость и «разобщённость» системы регулирующих органов (6 ведомств);
- неоднозначность применения нормативной базы и слабый контроль её исполнения;
- отсутствие единой депозитарной сети для оперативного безналичного расчёта между продавцами и покупателями ;
- высокие транзакционные издержки (30%- ставка НДФЛ для нерезидентов);
- большая концентрация посреднических услуг на рынке в руках крупных банков ;
- высокие нормативные требования к чистым активам эмитента для допуска ценных бумаг к торгам (на фондовой бирже РТС - 50 млн. руб.);
- несимметричность рыночной информации и высокая корреляция биржевых индикаторов с мировыми ценами на нефтегазовые продукты.

Несмотря на недооценённость потенциальных возможностей российского рынка ценных бумаг в решении социально-экономических проблем, крайне необходимо на правительственном уровне в рамках проводимых институциональных реформ разработать Программу структурной модернизации фондового рынка РФ и обеспечить жёсткий контроль её исполнения с целью утверждения отечественного фондового рынка как локомотива экономического роста страны. Такая программа должна включать в себя следующие мероприятия:

- совершенствование правовой базы, регламентирующей деятельность на финансовых рынках;
- оптимизация структуры регулирующих органов с целью минимизации управленческих издержек;
- изменение долговой политики Правительства РФ (финансирование внутреннего долга должно осуществляться инвестированием средств из накопительных пенсионных фондов в гособлигации вне фондовой биржи для стимулирования роста ликвидности частных ценных бумаг);
- максимально возможное сокращение доли собственности государства в финансовых организациях;
- создание института розничных инвесторов («распыление» капитала);
- обеспечение максимальной прозрачности и симметричности рыночной информации.

Кроме того, в целях обеспечения прозрачности и симметричности рыночной информации считаем необходимым дополнение фондовых индикаторов биржи РТС - основной российской фондовой биржи, наиболее перспективной и привлекательной для иностранных инвесторов – системой отраслевых биржевых индексов. Уже сейчас возникает потребность введения самостоятельных индексов акций предприятий машиностроения и пищевой промышленности (в нашем проекте это RTSI-machine и RTSI-food) в силу укрепляющихся позиций этих отраслей на бирже РТС. Отраслевые биржевые индексы могут быть полезны как для регулирующих органов РФ, так и для инвесторов. Фондовый рынок России ещё далёк от совершенства и уступает западным фондовым площадкам. Но в то же время он быстро развивается (в 2004 г. цены акций «голубых фишек» выросли на 10%, котировки акций компаний «второго эшелона» - более чем 25%) и может сыграть существенную роль в реализации экономического роста страны, решении её социально-экономических проблем и укреплении России как мировой финансовой державы. Поэтому игнорировать этот сегмент финансового рынка, значит не думать о будущем России.

Проблемы и перспективы функционирования небанковских финансовых институтов на рынке финансовых услуг Украины

Примерова Елена Константиновна

студентка

Киевский национальный университет им. Т.Г.Шевченко, Киев, Украина

E-mail: lena_primerova@yahoo.com

В странах с развитой рыночной экономикой функционируют высокоэффективные финансовые рынки, которые обеспечивают механизм перераспределения финансовых ресурсов среди участников рынка и оказывают содействие эффективному размещению сбережений среди областей экономики. Обеспечивая мобилизацию, распределение и эффективное использование свободного капитала, обеспечения в кратчайшие сроки потребности в нем отдельных хозяйствующих субъектов, финансовый рынок оказывает содействие ускорению оборота капитала, каждый цикл которого генерирует дополнительную прибыль и прирост национального дохода в целом.

Спецификой украинского финансового рынка является недостаточная эффективность деятельности таких институтов, как небанковские финансовые учреждения. В экономически развитых странах специализированные кредитно-

финансовые институты приобретают все большее значение и создают серьезную конкуренцию банковским учреждениям.

Углубления специализации в деятельности экономических субъектов и диверсификация направлений вкладывания капитала объективно усиливают роль профессионального посредничества на финансовом рынке Украины. В начале 90-х годов в странах бывшего советского блока началось активное становление институтов небанковского финансового сектора: с целью оживления малого и среднего бизнеса создавались кредитные союзы; процессы приватизации обусловили потребность в создании инвестиционных фондов и компаний; пенсионная реформа предусматривала функционирование негосударственных пенсионных фондов; необходимость страхования в условиях повышенного риска обусловила создание страховых компаний. Но становление этих институтов в начале 90-х не получило дальнейшего развития и на сегодняшний день в Украине банковская система значительно опережает небанковские финансовые учреждения по объему активов, сумме привлеченных ресурсов, таким образом, возникает проблема вытеснения небанковских финансовых институтов с рынка финансовых услуг Украины. Препятствиями в деятельности специализированных кредитно-финансовых институтов являются недостаточная законодательная база для их функционирования, общеэкономические проблемы, нестабильность и высокая рискованность кредитования. Особую группу причин слабого развития данных объединений составляют социально-психологические причины. После краха различных трастов и финансовых пирамид у населения появилось предубежденное отношение к объединениям такого типа, которые собирают денежные средства.

Таким образом, для развития небанковских финансовых институтов и усиления их роли на рынке финансовых услуг Украины необходимо применить следующие меры:

- создание целостной законодательной базы для всех видов деятельности финансовых посредников;
- разработка и внедрение квалифицированных требований к специалистам, желающим работать в финансовой сфере;
- развитие инфраструктуры финансового рынка и создание благоприятных условий для развития небанковских финансовых институтов.

Экономика Украины будет обеспечена долгосрочными инвестиционными ресурсами только при условии достаточного развития небанковских финансовых учреждений, которые создадут значительную конкуренцию банковским институтам на рынке финансовых услуг.

Литература

1. Ватаманюк З.Г., Дорош О.Л. Небанківські фінансові інститути у перехідних фінансових системах // Фінанси України. – 2003. №8. – С. 77-84.
2. Зимовець В. В., Зубик С. П. Фінансове посередництво. Київ: КНЕУ, 2004, 288 с.
3. Остафіль О.В. Проблеми та перспективи розвитку ринку фінансових послуг в Україні // Фінанси України. – 2004. – №12. – С.92
4. Свердел М.О. Небанківські фінансові установи на фінансовому ринку України // Фінанси України. – 2003. - №2. – С.145-147.

Формирование современного страхового рынка России: опыт развитых стран

Рабаданов Рабадан Магомедтагирович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: ezs_ves@mail.ru

Во всех развитых странах мира страховой бизнес выступает не только в качестве гаранта возмещения возможных убытков, но также является одним из крупнейших

институциональных инвесторов. Возникновение современного страхового рынка в России началось с ликвидации государственной монополии на страховую деятельность. Российский страховой рынок за последние годы достиг значительных успехов. Наиболее востребованным страховым продуктом на современном этапе является страхование имущества, основными потребителями которого выступают крупные предприятия. Концентрационная активность страхового бизнеса за последние годы увеличивается. Москва является крупнейшим страховым центром.

При этом одним из важных фактором формирования и развития страхового рынка в России, может стать введение и совершенствование обязательных видов страхования ответственности. Тем не менее, по разным оценкам, все же высока доля нерискового страхования, прежде всего - это налогосберегающие технологии в страховании жизни; откатные и отмывочные механизмы в имущественном страховании и страховании ответственности; монополисы и иные нерисковые схемы в добровольном медицинском страховании, с которыми безуспешно ведут борьбу государственные органы власти.

Позитивный и немаловажный вклад в развитие и оздоровление российского страхового рынка внесла Федеральная служба страхового надзора РФ, ужесточен порядок лицензирования и контроля участников рынка.

Анализ развития страховой отрасли в России на современном этапе, выявляет некоторые сдерживающие факторы реального роста страхования. Основной проблемой формирования российского страхового рынка до настоящего времени остается слабая развитость инфраструктуры; (пример - по объемам страховых взносов на душу населения Россия занимает 57-е место в мире, 100 долл. США, страховщики в США предлагают до 3000 страховых продуктов, а в России не более 100). Отсутствует объективная и достоверная информация о реальной картине страхового рынка, как для профессиональных, так и непрофессиональных участников рынка.

Итак, учитывая, высокое недоверие населения к страховым организациям следует, отметить следующие факторы: отсутствие рейтинговых агентств; слабая инвестиционная политика, недостаточная развитость российского фондового рынка, которая пока что не содействуют увеличению доходности страховщиков и успешному развитию рынка, (пример - в развитых странах инвестиционная деятельность страховщиков является ключевой составляющей успеха бизнеса, где страховщики владеют не менее 10 % акций, находящихся на национальных биржах и до 30 % облигаций). Формирование российского страхового рынка происходит в условиях глобализации мирового страхового пространства. Это объективно порождает необходимость поиска путей реформирования и совершенствования национального страхового законодательства с учетом международных требований и определения рациональных параметров открытости экономики для последующей интеграции в мировое экономическое пространство. В тоже время, основной движущей силой либерализации российского страхового рынка в мировую экономику могут встать проводимые переговоры вступления России в ВТО. Эти переговоры порождают новые задачи, связанные с необходимостью расширения допуска иностранных страховых компаний на российский рынок.

Здесь российского страхового рынка следует рассматривать с точки зрения присутствия иностранных страховщиков, где отечественный рынок прямого страхования зависит от мирового рынка перестрахования, который диктует российским компаниям свои условия. Таким образом, перестрахование играет важную роль в современном российском рынке страхования, которая является одним из факторов, благоприятствующих развитию страхования, возможности работы с крупными рисками, увеличению инвестиционных потоков, в том числе и международных.

Замечу, что вступление России в ВТО имеет как позитивные, так и негативные последствия и является вопросом как внешней, так и внутренней политики нашего

государства, которое требует соотношения открытия финансовых рынков со стратегическими задачами ускоренной модернизации российской экономики и повышения ее конкурентоспособности к внешним влияниям.

Таким образом, исходя из выше сказанного в обозримом будущем главными задачами формирования и развития страхового рынка России, на мой взгляд, могут быть: совершенствование законодательной базы; внедрение новых страховых технологий и их качественное обслуживание; совершенствование налогообложения страховых операций; ведение обязательных видов страхования. Регулятору, на мой взгляд, следовало бы оказывать воздействие на формирование необходимой инфраструктуры страхового рынка, подготовку высококвалифицированных специалистов и решения проблем двойного стандарта по отношению к страховым компаниям Евросоюза.

Безусловно, государственное вмешательство должно быть посредством правовых и экономически косвенных методов, сохраняя при этом основные принципы рыночных систем.

Социально-экономические аспекты развития страхования в Украине

Рагулин А. В.

Украина

Украина — социальное государство, это провозглашается её Конституцией. В Основном Законе страны прописаны основные направления и важнейшие формы социальной защиты населения. В ее реализации страхованию отводится ведущая роль.

В современной экономике страхование не только защищает от отрицательного воздействия событий случайного характера, но и создает благоприятные условия для повышения качества жизни населения, социальной стабильности в стране.

Институт страхования достаточно эффективно может исполнять множество функций в социальной сфере, позволяя государству сконцентрироваться на иных социальных программах. Но, к сожалению, в настоящее время потенциал страховой индустрии в Украине используется в недостаточной степени.

По оценкам отечественных и зарубежных экспертов в Украине страхованию подлежат менее 10% потенциальных рисков. Для того чтобы запустить страхование как рыночный механизм социальной защиты населения, требуется минимальное государственное участие, выраженное главным образом в скорейшем принятии ряда законов и иных нормативных актов. Рассмотрим наиболее значимые направления развития законодательства в области страхования, реализация которых требует активного вмешательства государства и принятия соответствующих законов.

Так, до сих пор законодательно нерешенной остается проблема страхования автогражданской ответственности. Тогда как в Украине вследствие дорожно-транспортных происшествий каждый год гибнет около 10 тыс. лиц, а еще 40 тыс. получают травмы. Итогом является нарастание социальной напряженности и ухудшение положения бюджетов всех уровней, вынужденных отчасти компенсировать нанесенный ущерб. В результате приватизации жилищного фонда в Украине от 40% до 60% граждан живут в частных или приватизированных домах, квартирах. В случае повреждения или утраты данного жилья граждане будут вынуждены искать новое жилище самостоятельно, не имея на это достаточных финансовых ресурсов, что неминуемо приведет к росту социальной напряженности либо к значительным затратам бюджетных средств. Намечающийся подъем экономики востребует все имеющиеся производственные мощности. При этом экономика Украины неизбежно столкнется с тем, что промышленное оборудование не обновлялось на протяжении, как минимум, последних десяти лет, что может привести к практически полному выбытию основных

фондов предприятий в 2005-2006 годах. В случае аварии вполне вероятно нанесение ущерба, способного привести к коллапсу экономики практически любого региона и, соответственно, тяжелым социальным потрясениям. В этой связи необходимо как можно скорее активизировать страховые механизмы возмещения вреда от природных и техногенных катастроф, особое внимание уделяя программам превентивных мероприятий.

Необходимо отметить также имеющиеся в настоящее время и до сих пор практически не задействованные инвестиционные возможности страхового сектора. Так, в 2002 году в Украине было собрано более 701,3 миллиона гривен страховых премий, в 2003 году - 1404,7 миллионов. Размещение временно свободных средств страховых резервов посредством инвестиций в приоритетные для украинского государства отрасли народного хозяйства принесет ощутимый социально-экономический эффект. Кроме того, национальная система страхования в настоящее время испытывает ряд трудностей, мешающих успешному ее развитию, которые украинское государство в состоянии устранить. В первую очередь это отсутствие благоприятных налоговых условий, стимулирующих страхователей. Нельзя обойти вниманием и качество страховых услуг, которые у целого ряда украинских страховщиков оставляют желать лучшего. Говорить о конкурентоспособности в долгосрочной перспективе таких страховщиков не приходится, но страхователи, получив отрицательный урок страхования, будут испытывать недоверие и ко всем остальным страховщикам. Выходом из этой ситуации может и должно стать продолжение процесса стандартизации в страховании и разработки типовых правил страхования.

Государство должно уделять большее внимание неадминистративным рыночным методам управления, единственно способным создать долгосрочные условия устойчивого социального развития. Крайне необходимо детализировать условия и порядок проведения страхования от несчастных случаев на производстве, значительно расширив перечень видов производственной деятельности, при осуществлении которых данное страхование является обязательным, а также предусмотреть налоговые льготы для предприятий, желающих застраховать своих работников на добровольной основе.

При помощи сочетания различных видов страхования можно добиться повышения доверия населения к украинскому государству, привлечь денежные средства граждан в экономику Украины. Этим самым можно резко повысить благосостояние народа и экономическую безопасность нашего государства. Таким образом, страхование является уникальным рыночным механизмом, позволяющим решать целый комплекс социально-экономических задач, формируя при этом значительные инвестиционные ресурсы. Но без целенаправленного осуществления государственных интересов страховой рынок никогда не станет полноценным институтом, способствующим устойчивому социально-экономическому развитию Украины.

Макроэкономические проблемы финансов

Ржиматорская Татьяна Николаевна

студентка

Томский политехнический университет, Томск, Россия

E-mail: ashly1@yandex.ru

Финансы – неотъемлемая часть рыночных отношений и одновременно важный инструмент реализации, как политики предприятия, так и государственной политики. Вот почему сегодня, как никогда важно хорошо знать природу финансов, глубоко разбираться в механизме их функционирования, видеть способы наиболее полного их использования в интересах эффективного развития общественного производства.

Финансы предприятий - важнейшая составная часть единой системы финансов государства. По своей сущности финансы предприятий являются специфической частью

финансовой системы страны в целом. Их отличие от государственных финансов обусловлено функционированием в разных сферах общественного производства (производство, распределение, обмен и потребление). В связи с этим возникают макроэкономические проблемы финансов предприятия, которые можно выявить рассматривая функции финансов.

Финансы предприятий выполняют те же функции, что и государственные финансы: распределительную и контрольную. Однако круг деятельности финансов предприятий значительно шире круга деятельности государственных финансов, поэтому они выполняют так же стимулирующую и ресурсообразующую функции.

Ресурсообразующая функция заключается в формировании денежных фондов, ресурсов денежных средств, денежных резервов для обеспечения процесса производства и реализации продукции (услуг), выполнения денежных обязательств предприятия. Основным источником формирования указанных денежных ресурсов – доходы предприятия. В случае если предстоящие расходы превышают собственные доходы, то предприятие может взять кредит в банке. По данным Госкомстата РФ, предприятия всех отраслей экономики имеют кредиторскую задолженность в сумме 5936,5млрд. рублей, из них лишь 81 млрд. рублей – это банковские кредиты. Такая ситуация складывается вследствие несовершенства банковской системы и высокого банковского процента.

Стимулирующая функция охватывает такие методы регулирования денежных отношений между субъектами, которые заинтересовали бы предприятие развивать те или иные виды деятельности, позволяющие увеличивать прибыль и повышать эффективность производства. Со стороны государства это может быть, например, инвестиционная налоговая льгота. Подобная льгота действовала в России с 1991-2001гг.. К сожалению, иные инструменты государственного регулирования финансов не использовались.

Контрольная функция финансов проявляется в их способности объективно отражать, и тем самым контролировать состояние экономики предприятия, отрасли, всего народного хозяйства, и активно воздействовать на их деятельность. Так, размер прибыли, уровень рентабельности производства определяют степень результативности предприятия, а наличие внереализационных убытков и потерь свидетельствует о проблемах в работе предприятия. В 2004г. соотношение прибыльных и убыточных предприятий составило 1,5: 1. Прибыль предприятий во многих отраслях незначительна и едва перекрывает сальдированные финансовые убытки. Во многом, результатом этого являются внешние факторы, не зависящие от уровня управления предприятием.

Распределительная функция финансов, заключается в рациональном распределении и перераспределении сформированных предприятием денежных средств, что приводит к улучшению работы и развитию предприятия. Так как заемные средства обычно имеют целевое назначение, то в первую очередь, здесь возникает проблема распределения собственных средств, которые можно направить на обеспечение текущих затрат, инвестировать в ценные бумаги и уставный капитал других предприятий или направить на расширенное воспроизводство, то есть устремить значительную часть финансовых ресурсов в основной капитал. По данным Госкомстата РФ за январь-сентябрь 2004г. самый высокий уровень инвестиций в основной капитал был достигнут в промышленной (562,6млрд.рублей), топливной (250,9 млрд.рублей), транспортной (252,4 млрд.рублей) отраслях. Предприятия остальных отраслей вкладывали незначительную часть финансов в расширенное воспроизводство. Это говорит либо о финансовой стабильности организации, либо о покрытии предприятием лишь текущих расходов. В рамках современной российской экономики это свидетельствует о низкой рентабельности предприятий данных отраслей.

Из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что сегодня, в экономике, механизм реализации финансовых функций не до конца отлажен, и это приводит к

определенным, макроэкономическим проблемам. Во-первых, государство заинтересовано в первую очередь, в фискальной функции финансов, это уменьшает внутренние возможности развития предприятия. Во-вторых, рыночные регуляторы не проявляют себя в полной мере, поэтому финансовая составляющая предприятия не может служить инструментом объективной оценки уровня управления предприятием. И в-третьих, это нестабильная экономическая ситуация, которая зачастую ведет к накоплению, а не инвестированию финансовых ресурсов.

Следовательно, выстраивая долгосрочную стратегию экономического роста, государство должно создавать условия выполнения всех функций финансов предприятия.

Трансформация модели страхового рынка под влиянием процессов глобализации

Рыбаков Сергей Игоревич

аспирант

Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

E-mail: SRybkv@netscape.net

Развитие международной экономической интеграции в середине 90-х годов XX века вызвало появление такого понятия, как «глобализация». Наиболее адекватное представление о сущности глобализации дает применение восходящего к Н.Я. Данилевскому концептуального подхода, в соответствии с которым за глобализацией скрывается конкурентная борьба между «цивилизациями» [Делягин М.Г.] или, как их еще называют, «глобальными цивилизационными проектами» [Хазин М.А.].

В ходе этой борьбы часть элиты североамериканской и западноевропейской цивилизации предпринимает попытку обеспечить свое существование в соответствии с очень высокими жизненными стандартами за счет ресурсов остального мира. Для достижения этой цели была сформирована и продолжает поддерживаться модель глобальной экономики, базирующаяся на мобильном финансовом капитале, функционирование которого, с одной стороны, обеспечивается, а с другой- способствует все большей транснационализации рынков товаров и услуг, прежде всего, финансовых.

Страховой рынок, развитие которого прямо связано с финансовым капиталом и непосредственно зависит от него, не мог не испытать воздействия новой системы мировой экономики. На сегодняшний день можно наблюдать если и не формирование целостного международного страхового рынка, то развитие на основе национальных рынков страховых услуг крупных мировых центров по страхованию и перестрахованию, аккумулирующих значительные по объему финансовые ресурсы. Однако помимо простого увеличения потоков премий на мировых рынках страхования происходит изменение самой модели взаимодействия страховых компаний со страхователями в соответствии с идейными основами финансовой глобализации.

Стремление к получению повышенной нормы доходности, близкой к спекулятивной, приводит к тому, что страховой бизнес переориентируется на наиболее обеспеченных потребителей, обслуживание которых приносит большую прибыль, чем работа с «массовыми» клиентами. В результате для значительной части потенциальных страхователей доступ к использованию страхования как механизма компенсации экономических потерь оказывается существенно ограниченным.

Одновременно мировые страховые (перестраховочные) рынки движутся в сторону олигополии, когда в процессе формирования содержания страховой услуги и ценообразования интересы спроса - потребителя страховых услуг фактически подавляются интересами агента предложения- страховой компании, в частности, в форме обеспечения покрытия ее расходов без учета действительной потребительной стоимости страхового покрытия. Подобное игнорирование интересов страхователей было подтверждено в ходе исследований клиентской базы страховщиков.

Вместе с тем, ввиду наличия объективных пределов подобного направления развития, международный страховой бизнес прибегает к другим способам увеличения своих доходов, принятым в рамках модели спекулятивной экономики- рост портфеля в результате слияний и поглощений, генерирование фиктивных доходов, не обеспеченных созданием новых стоимостей, манипулирование с показателями финансовой отчетности в целях повышения капитализации компании и ряд других.

Отечественный рынок страхования также оказался подверженным трансформации страховых отношений, которые обрели свою специфику благодаря особенностям современной социально-экономической ситуации в России. Ввиду незначительности слоя состоятельных граждан и относительно благополучных в финансовом плане хозяйствующих субъектов страховые компании предоставляют им наиболее выгодные условия по страхованию, компенсируя возникающие издержки за счет других групп страхователей, средне- и малообеспеченных. В то же время отечественные страховщики в полной мере реализуют стратегию получения прибыли в отрыве от удовлетворения потребностей клиентов, примером чему может служить система ОСАГО в ее современном виде.

Поскольку, по мнению ряда ученых, внутренние противоречия доминирующей модели глобализации способны уже в среднесрочной перспективе привести к ее полномасштабному кризису и последующему краху, функционирующие на ее основе страховые рынки неизбежно встанут перед необходимостью самореформирования под угрозой резкого нарушения процесса воспроизводства страхового капитала. Думается, что единственным выходом для страховой индустрии будет являться скорейшее возвращение к экономическим *отношениям* между поставщиком и потребителем страховых услуг, основанным на сочетании их интересов при обеспечении приоритетности интересов потребителей.

**Актуальность мер предпринимаемых Правительством РФ
с целью реструктуризации банковской системы России**

Рыбин Евгений Валерьевич

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: eugeniorn@hotmail.com

В том, что банковская и шире финансовая система России нуждается в реструктуризации, не сомневаются подавляющее большинство экономистов. Эта же цель заявлена и как одна из приоритетных Правительством РФ. Расхождения появляются в обсуждении методов и степени реализации этих процессов. В качестве мер рассматриваемых приоритетными как авторитетными экономиста, так и Правительством РФ,- ужесточение требований к минимальному уставному капиталу, внедрение системы страхования вкладов, увеличение прозрачности структуры собственности.

Банковская система России, насчитывающая более 1000 самостоятельных банковских институтов, по мнению автора, безусловно, раздута и не отвечает современным требованиям мирового финансового рынка ни по уровню собственного капитала, ни по качеству и спектру предоставляемых услуг. Разумеется, примерно 1300 действующих банков для достаточно большой территории не какая-то нереально большая цифра- в Германии еще совсем недавно функционировали более 3 тысяч банков (а если смотреть на пятнадцать лет назад, то и более 4500 банков), не очень заметно уступает России по численности банков и Франция. Проблема в другом- в той же Германии эти банки и сберегательные кассы отвечают всем базельским требованиям по капиталу и предоставляют необходимый спектр услуг, а в России многие банки просто занимаются ограниченным обслуживанием одной или нескольких аффилированных структур, связанных с владельцами банка.

Основное движущее средство для реструктуризации банковской системы в нужном направлении- увеличении капитализации, надежности банков, при одновременном снижении их численности- слияния и поглощения банков и иных финансовых учреждений. Одной из задач государства является стимулирование этих процессов, прежде всего законодательно.

Одной из существенных мер, направленных на повышении устойчивости банковской системы и отсева проблемных банков, стало введение системы страхования вкладов. Приоритетными целями данной реформы декларируются повышение доверия к финансовой системе страны со стороны населения, прозрачность структуры собственности и бизнеса.

Прозрачность банковского бизнеса должен обеспечить переход отчетности на стандарты МСФО. Однако, банки оказались не готовы к такому быстрому переходу на новые стандарты отчетности. Прежде всего, проблемным оказался вопрос о способах консолидации отчетности финансовой группы и корректности такой постановки вопроса. К тому же сам Банк России оказался не готов к поставленным им же самим срокам, в результате чего банки не смогли получить внятные консультации при подготовке отчетности по новым стандартам. В надзорном органе за несколько дней до окончания срока сдачи отчетности просто еще не знали- кто будет осуществлять ее проверку и исходя из каких принципов. Логичным следствием стало то, что ряд банков не из первого эшелона, те которые не смогли воспользоваться дорогостоящими консультационными услугами международных аудиторов, опять же «нарисовали» отчеты. При осуществлении, безусловно, нужной реформы отчетности в соответствии с международными принципами вновь обнаружилась неготовность, прежде всего, контролирующих органов к ней. Вывод: как обычно сперва было объявлено о переходе на новую систему, а потом уже те, кто должен был этот переход обеспечивать, начали к нему готовиться. В конечном счете, на международные стандарты перешли, методология сравнения с иностранными финансовыми институтами облегчилась, но прозрачность финансовой деятельности на данный момент не была достигнута.

Само введение института страхования вкладов, несомненно, в большей степени способствует реорганизации банковской системы России. Мера в условиях перманентных банковских кризисов и недоверия населения к финансовым институтам необходимая. К тому же позволяющая избавиться от потенциально проблемных, неустойчивых банков. Банк, не допущенный в систему страхования вкладов и, следовательно, к обслуживанию населения в абсолютном большинстве случаев обречен на банкротство или продажу своего бизнеса другому банку. Это, пожалуй, наиболее эффективная мера предпринимаемая, в настоящее время, Правительством РФ и Банком России в целях реструктуризации финансовой системы. Хотя и здесь возникают вопросы, прежде всего о критериях отбора банков и методах расчета максимальной застрахованной суммы для одного вклада.

В целом же проводимые ныне меры видятся половинчатыми и недостаточными. Для эффективного стимулирования процессов слияний и поглощений банков и, следовательно, реструктуризации финансовой системы необходимы более глубокие реформы. Как то, например, увеличений жесткости требования к минимальному собственному капиталу и к нормативам достаточности капитала и ликвидности. В частности, почему-то сейчас требования к собственному капиталу, применяемые к вновь регистрируемым кредитным организациям и уже существующим, разнятся, что крайне плохо. Повышение минимума достаточности капитала и ликвидности является, на взгляд автора, намного более эффективным способом стимулирования консолидации банков, их устойчивости и конкурентоспособности, чем, например, система страхования вкладов, что не отменяет необходимости и последнего нововведения. Уже разрабатываются критерии и сроки повышения ряда банковских нормативов.

Другой мерой, может стать ужесточение раскрытия информации по аффилированным лицам банка. Непрозрачная структура собственности российских банков, существующих в за частую в форме закрытых акционерных обществ, создает большие препятствия как к их покупке другим отечественным кредитным институтом или финансовой группой, так и к инвестированию средств в их капитал нефинансовыми структурами или зарубежными инвесторами. В большинстве своем среди владельцев банков на данный момент указываются номинальные, подставные держатели акций, а местом их юридической регистрации- оффшоры, что снижает налогообложение. Принять законодательные меры к стимулированию банков, финансовых групп раскрывать своих истинных владельцев, их реальную юрисдикцию одна из задач надзорных финансовых органов России.

Здесь раскрыты лишь некоторые меры, которые необходимо предпринять для оздоровления, увеличения устойчивости российского банковского сектора и приведения его в соответствие с международными стандартами, что является жизненно необходимым в свете конкуренции в среднесрочной перспективе с ведущими западными банками.

Моделирование взаимоотношений банковской системы и финансовых рынков

Рыкова Инна Николаевна

молодой ученый

Институт дружбы народов Кавказа , Ставрополь, Россия

E-mail: rycova@yandex.ru

В условиях рыночной экономики формируется насущная потребность системного решения задач повышения надежности, устойчивости и конкурентоспособности кредитных организаций, углубления экономических исследований с позиции формирования эффективного механизма взаимодействия банковской системы с финансовыми рынками. Постановка и решение подобных задач лежит в плоскости стратегии развития банковского сектора экономики на финансовых рынках, позволяющей определить функциональную и стимулирующую роль в решении народнохозяйственных задач. К сожалению, разработка подобных документов, раскрывающих концепцию развития указанных сегментов экономики, ограничена максимальными сроками от 4-х до 5 лет, в то время как в международном сообществе подобные стратегические программы разрабатываются на десятки лет вперед. Проблемам взаимодействия банковской системы и финансовых рынков в экономической литературе не уделялось достаточного внимания. Обострение конкуренции на рынке банковских услуг, агрессивность поведения небанковских кредитных организаций, паевых фондов, других финансовых институтов, усложнение и бурное развитие современных информационных технологий обуславливают потребность в изучении взаимосвязей, взаимодействия кредитных организаций с отдельными сегментами финансового рынка. Основное назначение механизма взаимодействия банковской системы и финансовых рынков – формирование единого финансового пространства, ориентированного на сближение интересов участников финансового рынка и повышение эффективности и доходности финансово-кредитных учреждений. Одним из элементов этого механизма являются бизнес-процессы, внедрение которых в деятельность коммерческих банков позволяет повысить устойчивость и надежность банковской системы путем более эффективного привлечения потенциальных средств электората.

Проведенный анализ широкого круга научных источников показал, что практически отсутствует категориальный аппарат, обращенный к позиционированию банковской системы на финансовых рынках как целостному явлению. В отечественной науке остается недостаточно исследованной роль банковской системы в

функционировании рынка финансовых услуг. Методический аппарат оценки конкурентоспособности кредитных организаций находится в стадии развития, еще в меньшей степени исследованы вопросы анализа и оценки эффективности внедрения реинжиниринговых процессов в банковский бизнес, весьма фрагментарно используются в деятельности финансовых учреждений экономико-математические методы и современные инструментальные средства.

Повышение эффективности функционирования кредитных учреждений зависит от их конкурентоспособности, поэтому необходима разработка теоретических и методологических принципов оценки конкурентоспособности кредитных организаций. Решение данной проблемы связано с формированием инфраструктуры финансовой системы, учитывающей интересы участников рынка и обуславливающих доходность их операций. Особо важной является решение проблемы конкуренции банковских услуг, кредитных организаций и банковской системы в целом. Поскольку рынок банковских услуг является составной частью финансового рынка и не имея четких границ происходит его пересечение с денежным, валютным и рынком капитала; постольку целесообразно выстраивать стратегию развития, опираясь на те базовые институты, которые функционируют в указанных сегментах экономики. Такими институтами являются банки, активно работающие на финансовом рынке, выступая одновременно инвесторами, эмитентами, брокерами, дилерами и расчетными центрами.

За время исследования данного научного направления были разработаны и теоретически обоснованы комплекс моделей взаимоотношений банковской системы и финансовых рынков, ориентированных на обеспечение конкурентных преимуществ банковской системы и стимулирование роста инвестиционного капитала России.

Проблемы хеджирования рисков при ипотечном кредитовании: учетный аспект

Салова Наталья Юрьевна

аспирантка

Ростовский государственный строительный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: nata_don@mail.ru

Достаточность капитала в условиях ипотечного кредитования является одним из главных факторов развития экономики, данный показатель определяется от стоимости активов, скорректированных на риск. В ходе изучения мирового опыта, в частности, американского ипотечного рынка, который является наиболее развитым и наиболее близок к потенциальному объему российского рынка, установлено использование самых разнообразных методов определения рыночной стоимости собственного капитала: методы определения стоимости собственного капитала; метод дивидендов; метод доходов; метод оценки риска; модель определения цены капитальных активов (САРМ); метод добавленной стоимости акционерного капитала; метод нулевых производных балансовых отчетов; метод органических производных бухгалтерских отчетов; метод актуарных производных отчетов; метод ликвидационных балансов; комбинированные методы.

Одна из укрупненных экономических трактовок процессов хеджирования исходит из того, что хеджируемыми позициями могут быть любые активы, капитал, любая среда с изменяющимися ценами (М. Скоулз, И. Бланк.). В этом случае процесс хеджирования ипотечных рисков включает иммунизацию, а результатом хеджирования выступает защита основного актива производными инструментами и финансовыми продуктами. В странах с рыночной экономикой правительства выступили инициаторами и спонсировали создание национальных организаций, которые объединяют в пулы и гарантируют ипотечные кредиты.

Целью нашего исследования является создание такой модели стратегического учета для участников ипотечного рынка, которая обеспечит нормальное

функционирование ипотечных компаний в условиях рынка, т. е. учет влияние рисков операций на всех этапах учетного процесса.

По нашему мнению хеджированный подход к управлению рисками позволяет использовать агрегаты резервной системы компаний, составить дисконтируемый чистый баланс активов и пассивов, рассчитать показатель собственности, предельный размер хедж-фондов. Объектом исследования выступают ипотечные ассоциации, региональные операторы на рынке ипотечного кредитования России. Учитывая, что бухгалтерский баланс составляется в учетных ценах, не все факторы могут быть учтены в балансе. В ходе нашей работы для определения реальной рыночной стоимости компаний были учтены условные активы и обязательства, условные факты хозяйственной деятельности и произведены многочисленные другие корректировки. Наиболее эффективным стало создание и использование резервов по обеспечению ипотечных операций, капитализация процентов за использование ипотечных кредитов, использование эффекта рычага в ипотечном финансировании.

Таким образом, результаты проведенного нами исследования показывают, что применение хеджирования необходимо любыми ипотечными компаниями, покупающими активы, в ожидании того, что их стоимость будет расти хотя бы с той скоростью, что и темп инфляции. В ближайшем будущем учет текущей рыночной стоимости производных финансовых инструментов, используемых для хеджирования рисков, компаниям, перешедшим на МСФО придется вести в соответствии со стандартом «Финансовые инструменты: признание и оценка». Большинство компаний пока лишь ищут способы получения сравнительных показателей стоимости ценных бумаг за 2004 год, которые согласно МСФО необходимо будет показать в отчетности 2005 года. Необходимо доказать регулирующим инстанциям, что используемые финансовые инструменты позволяют эффективно хеджировать риски. Согласно МСФО 39 компания должна организовать систему бухгалтерского учета операций хеджирования таким образом, чтобы финансовые инструменты можно было соотносить с конкретными рисками. Это позволит ей учитывать прибыли или убытки от операций с финансовыми инструментами в том периоде, к которому относятся риски, хеджируемые с помощью этих финансовых инструментов.

Особенности управления финансами ФПГ

Самородина Ольга Георгиевна

студентка

Волгоградская академия государственной службы при Президенте РФ, Россия

E-mail: samorodina19@yandex.ru

Стратегическая задача удвоения ВВП требует для своего решения мобилизации резервов и потенциальных возможностей, которыми располагает экономика России. Одной из форм концентрации производства и капитала является объединение предприятий, обеспечивающее синергетический эффект и эффект масштаба. Сращивание финансового и промышленного капиталов отображает объективные и при этом очень устойчивые тенденции современной индустриально развитой экономики. Этим определяется актуальность работы.

В качестве объекта исследования из всего многообразия объединений предприятий выбрана финансово-промышленная группа (ФПГ) - как одна из перспективных форм объединения для Российской Федерации на данном этапе ее развития. Целью исследования является анализ особенностей организации управления финансами ФПГ, которые определяют эффективное становление и развитие группы в целом.

В результате исследования были получены следующие основные выводы:

1. Структура финансов ФПГ схожа со структурой финансовой системы России. ФПГ - это маленькая финансовая система, в которой имеется свое "государство"

(центральная компания - ЦК), "кредитная система" (банки, страховые компании, инвестиционные фонды и т.п.) и "субъекты финансовой системы" (коммерческие и производственные предприятия), через которые идет формирование и использование финансовых ресурсов группы.

2. При образовании ФПГ происходит сращивание промышленного и финансового капиталов, разных по своей сути, назначению и скорости обращения. Это позволяет временно высвободившиеся денежные средства на одном предприятии – участнике ФПГ – направлять на покрытие потребности в них другого, что дает экономию денежных средств, поскольку не привлекается заемный капитал извне.
2. Специфика управления ФПГ в том, что его объектом является совокупность независимых друг от друга предприятий, которые взаимодействуют между собой. При этом предприятия значительно отличаются друг от друга по назначению и функциям.
3. Управление финансово-промышленной группой построено по принципу федеративного устройства. Руководитель группы определяет политику ФПГ в целом, а руководители предприятий политику деятельности своего предприятия в соответствии с политикой и интересами группы.
4. Качество финансового менеджмента - один из основных факторов, определяющих качество развития и функционирования ФПГ. Его задача - осуществление финансовой стратегии и политики объединения.
5. Финансовый менеджмент в ФПГ может проводиться, во - первых, банком, входящим в структуру группы или его дочерней фирмой, структурно подчиненной банку и, во - вторых, ЦК ФПГ.

Можно выделить две позиции банка как внутреннего финансового института ФПГ.

1. «Карманный» банк выполняет исключительно обслуживающие функции и практически не участвует в выдаче гарантий, поиске иностранных инвесторов, маркетинговых и информационных услугах. В настоящее время в большинстве ФПГ России роль банка представляется вспомогательной.
2. Банк – финансовый центр группы. Он осуществляет финансовый менеджмент ФПГ в целом, руководит деятельностью всех остальных финансовых институтов, если они имеются. Чаще всего он является инициатором организации ФПГ и стоит в самом центре создания.

ЦК, как центр управления ФПГ, имеет особую организационную структуру, состоящую из 4 основных департаментов, каждый из которых выполняет собственные функции в ФПГ: производственный, коммерческий, юридический и финансовый. Последний является основным и осуществляет финансовый менеджмент всей группы. Основополагающее значение имеет отрегулированность отношений между советом управляющих - высшим органом управления ФПГ - и центральной компанией группы, которая часто рассматривается как исполнительный орган первого.

В структуре уставного капитала ЦК наблюдаются противоречивые тенденции. С одной стороны к паритету вкладов в ее уставной капитал различных собственников, с другой – к разбросу долей отдельных участников в этом капитале. Масштабы консолидации ресурсов в уставном капитале центральной компании, как правило, относительно скромны. В большинстве случаев ЦК по своему экономическому весу значительно уступают многим учредителям. Это сказывается на обеспечении управляемости развития групп.

Среди наиболее серьезных и тревожных проблем представители ЦК называют отсутствие реальных рычагов влияния на предприятия членов группы, непроработанность вопросов финансовой деятельности группы, отсутствие стратегии совместной деятельности, дефицит надежной и оперативной информации о работе предприятий. Не располагающие значительными средствами ЦК российских ФПГ вынуждены действовать,

опираясь, прежде всего, на авторитет, наработанные связи и организационные навыки своих руководителей, на фактических собственников группы [1].

В общей совокупности «промышленные» группы составляют 86%, «банковские» - 14% [2]. Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют сделать выводы, что теоретически в ФПГ финансовый менеджмент может осуществлять как банк, так и ЦК, на практике же приоритетные направления управления финансами определяет основной собственник или собственники. Каковы бы ни были плюсы и минусы той или иной организации управления ФПГ, в России сейчас все решает право собственности.

Литература

1. Дементьев В. Финансово-промышленные группы в российской экономике (спецкурс). Тема 2 // Российский экономический журнал, 1998, №6, С. 77-85.
2. Цветков В. Вертикальная интеграция и ФПГ // Экономист, 2002, №3, С. 11-24.

Паевые инвестиционные фонды как средство преумножения капитала

Свидерский Станислав Борисович

студентбакалавриата) 5-го курса, ,

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.Шухова, Россия

E-mail: stassvid@yandex.ru

Паевой инвестиционный фонд это: простой способ внесения и получения назад вложенных денег; возможность каждому пайщику за минимальную сумму денег владеть большим количеством ценных бумаг разных эмитентов, что значительно снижает личный риск потери денег, связанный с крахом отдельных компаний; услуги профессионального управления сбережениями граждан: вложения средств фонда в те или иные объекты производятся на основании научного анализа рынка; льготное налогообложение, что дает возможность непосредственным инвесторам получать больший доход на вложенный капитал.

В отличие от других форм коллективного инвестирования, которые рождались в правовом вакууме, паевые инвестиционные фонды стали создаваться только после того, как Федеральная комиссия по рынку ценных бумаг разработала и приняла солидную правовую базу для них - более 30 нормативных актов (разрабатываться нормативные акты стали с августа 1995 г., а первые ПИФы появились лишь в ноябре 1996 г.) и постаралась защитить интересы их пайщиков.

Благодаря строгому контролю со стороны ФКЦБ, схеме работы, исключающей злоупотребления, и добросовестному поведению управляющих компаний с самого начала работы паевых фондов не было ни одного случая обмана пайщиков, мошенничеств и тому подобного.

Пайщиками паевых фондов могут быть как граждане, так и организации.

Риски, сопряженные с инвестированием в ПИФы

С целью лучшей защиты интересов пайщиков ФКЦБ России требовала от управляющих компаний четко указывать категорию фонда в зависимости от основных направлений инвестирования. Перечислим их в порядке увеличения риска: Фонды денежного рынка; Фонды облигаций; Фонды смешанных инвестиций; Фонды акций и индексные фонды; Фонды венчурных инвестиций.

Прежде, чем инвестировать в паевые фонды, необходимо ориентироваться не только на возможный доход, важно обдумать возможные риски, которые неизбежно возникают при инвестировании.

Механизм работы паевых инвестиционных фондов устроен так, что как российские, так и зарубежные эксперты признают, что на сегодняшний день это наиболее эффективный способ сокращения риска мелких частных инвесторов.

Налогообложение в паевых инвестиционных фондах

Налог взимается с дохода по операциям с инвестиционными паями. Доход — это разница между суммой покупки и суммой продажи (погашения) паев. Ставка налога на доход физических лиц равняется: для резидентов РФ — 13%; для нерезидентов — 30%. Налог удерживается при погашении паев и выплачивается в бюджет управляющей компанией, то есть инвестору не нужно платить его самостоятельно. Если сумма, выплаченная при погашении паев, меньше или равна сумме, уплаченной при покупке паев, налог не удерживается. Операции с инвестиционными паями не служат основанием для применения имущественных налоговых вычетов при определении налогооблагаемой базы.

Итоги анализа управляющих компаний за 2002-2004 гг.

В данной работе рассматривались три управляющих компании Uralsib с пакетом фондов Лукойл, Ufginvest и Pioglobal. По результатам 3-х комплексных оценок первое место, по доходности вложений, занимает Uralsib, второе – Pioglobal ну и третье Ufginvest. Абсолютным лидером по уровню доходности является УК Uralsib Лукойл «Фонд перспективных вложений», со средним уровнем риска. Для уменьшения степени риска надо диверсифицировать портфель. Математически доказано, что даже при одинаковом уровне риска (дисперсии) составляющих элементов (в нашем случае – управляющие компании), с увеличением числа составляющих портфеля, риск уменьшается. В таблице приведем комплексную оценку и уровень риска. Отсортируем по последнему.

Таблица. Соотношение риск/доходность

<i>Инвестиционная компания</i>	<i>Комплексная оценка</i>	<i>Уровень риска</i>	<i>Соотношение Риск/доходность</i>
Pioglobal (Корпоративные)	1,154	1,67	1,45
Pioglobal (Облигации)	1,481	5,36	3,62
Лукойл (Фонд консервативный)	1,491	5,50	3,69
ufginvest (Русские Облигации)	1,429	7,57	5,30
Pioglobal (Сбалансированный)	1,530	18,40	12,03
Лукойл (Фонд профессиональный)	1,577	18,55	11,77
Лукойл (Фонд перспективных вложений)	1,732	20,35	11,75
Лукойл (Фонд отраслевых инвестиций)	1,725	21,33	12,36
Лукойл (Фонд первый)	1,717	23,29	13,56
ufginvest (Петр Столыпин)	1,377	26,06	18,93
Pioglobal (Фонд акций)	1,474	28,89	19,60
Pioglobal (Индекс ММВБ)	1,128	34,09	30,23

Надо выбрать инвестиционные фонды с наименьшим уровнем риска и наибольшей комплексной оценкой. Есть смысл разбить наш портфель на две управляющие компании. УК Uralsib будет разбита на два фонда: Uralsib Лукойл (Фонд перспективных вложений); Uralsib Лукойл (Фонд профессиональный); Pioglobal (Фонд облигаций) Первые два фонда с достаточно высокой доходностью, второй при этом с меньшим уровнем риска, третий со средним уровнем доходности, но с маленьким уровнем риска.

Управление активами пенсионных фондов Казахстана

Семенцова Анастасия Юрьевна

студентка

Уральская Академия труда и социальных отношений, Уральск, Казахстан

E-mail: Sementsova2004@mail.ru

В начале 2003 года накопительная пенсионная система Казахстана, после пятилетнего периода институционально-структурного формирования и динамичного первоначального накопления пенсионных активов, вышла на путь стабильного развития.

В I полугодии 2004 года на финансовом рынке Казахстана национальная валюта продолжала своё триумфальное укрепление по отношению к доллару США и другим мировым валютам. Рост покупательной стоимости тенге ведет к дальнейшему обесцениванию валютных финансовых инструментов в инвестиционных портфелях накопительных пенсионных фондов (НПФ), хотя в малых объемах, но имеются. В рассматриваемом периоде пенсионный рынок находился в ожидании приватизации Государственного накопительного пенсионного фонда (ГНПФ). Существенных структурных изменений не произошло. Приватизации ГНПФ не случилось, кроме НПФ Народного банка, никто из негосударственных НПФ не перешел на самостоятельное управление пенсионными активами. Филиальная структура не изменилась, что связано с достаточно высокими расходами на открытие филиалов, в то время когда практически все НПФ имеют отрицательную реальную доходность.

Рынок пенсионных услуг должен был перейти на качественно новый уровень, то есть количество НПФ должно было постепенно трансформироваться в качество. 2005г. должен дать мощный толчок развитию накопительной пенсионной системы, превратив её в самодостаточный сегмент финансового рынка, а НПФ – в устойчивый социально-экономический институт, имеющий мощное влияние на всю экономику и политику страны. Однако такие общерыночные проблемы, как ревальвация тенге и снижение доходности инвестиций, с которыми вот уже в течение полутора лет сталкиваются участники пенсионного рынка в своей ежедневной деятельности, а также нежелание решать эти проблемы тех, кому суждено это делать в рамках своей деятельности и полномочий, поставили НПФ практически на грань банкротства. Первая проблема постепенно решается путем дедолларизации инвестиционных портфелей НПФ, но это ведет к появлению новых проблем, таких как снижение валютной диверсификации и сужение инвестиционной деятельности НПФ из-за отказа работать на рынке валютных финансовых инструментов. Вторая проблема является самой жизненно важной, так как от ее положительного решения зависит судьба не только НПФ, но и самой пенсионной реформы. Две главные задачи НПФ - сохранение и приумножение пенсионных накоплений на самом деле не выполняются, так как на современном этапе развития накопительной пенсионной системы практически все НПФ имеют доходность по пенсионным активам ниже уровня инфляции.

Темпы роста пенсионных активов в разрезе каждого месяца, т.е. ежемесячный показатель доходности находится в пределах 8-10 млрд. тенге.

Повышение доходности инвестиционных портфелей НПФ возможно через инвестирование части накоплений в недвижимость, драгметаллы и различные инвестиционные проекты. НПФ в отличие от остальных участников финансового рынка, наиболее тяжело переносят все отрицательные последствия указанных проблем в силу своей организационной структуры и специфики бизнеса, а также законодательной ограниченности своей деятельности. Считается, что начало кризиса пенсионного рынка уже положено и через несколько месяцев аналитики предрекают вообще полный дефолт и развал рынка.

Проблемы действительно существуют, их не две и не три, а множество. Какие-то решаются на локальном уровне силами самих участников рынка или саморегулируемых организаций, а решение других требует помощи и вмешательства государства. Государственным уполномоченным органам пора бы выйти из выжидательной позиции стороннего наблюдателя и активно заняться проблемами пенсионного рынка. Необходимо внести изменения в пенсионное законодательство, повысить информационную прозрачность пенсионного рынка, дать свободу слова самим участникам рынка (особенно инвестиционным управляющим), сняв все прежние ограничения в этой части, либерализовать рынок и дать некоторую свободу в инвестиционной деятельности НПФ и их управляющим компаниям.

Путей решения самой главной проблемы пенсионного рынка – инвестиционной - в настоящее время предлагается множество, в виде различных схем, механизмов и инструментов, как экономически обоснованных, так и довольно авантюрных.

Накопительная система пенсионного обеспечения как источник долгосрочных инвестиционных ресурсов (на примере Бурятии)

Серебренников Дмитрий Михайлович

студент

Бурятский государственный университет, Улан-Удэ, Россия

E-mail: dimon1602@rambler.ru

Воздействие инвестиционной политики пенсионных фондов на развитие финансовой системы связано не только с аккумулярованием в них достаточно серьезных ресурсов, но и с тем, что они будут носить долгосрочный характер. Это позволит, во-первых, замещать значительную часть внешних заимствований (в настоящее время служащих основным источником сравнительно долгосрочных кредитов); во-вторых, сделает возможным инвестирование эффективных долгосрочных проектов; в-третьих, позволит существенно изменить временную структуру внутреннего долга (которая до сих пор была неоправданно смещена в пользу краткосрочных заимствований).

В России законодательство устанавливает принцип внешнего управления активами системы государственного накопительного пенсионного обеспечения. Агентом по сбору страховых взносов в накопительную часть пенсионных отчислений и учету средств пенсионных накоплений на индивидуальных персонифицированных счетах остается Пенсионный фонд РФ. Негосударственные пенсионные фонды (НПФ) и управляющие компании (УК) должны удовлетворять требованиям, сформулированным правительством, и пройти конкурсный отбор. Такая система предполагает:

- участие негосударственных компаний в управлении средствами накопительной пенсионной системы;
- конкуренцию между управляющими компаниями и НПФ.

Можно с уверенностью предсказать, что в ближайшие годы подавляющее большинство работников оставит свои накопления в управлении государственной управляющей компании, т.к. условия, накладываемые на инвестиции средств государственной компанией, существенно жестче: они ограничены государственными рублевыми и валютными облигациями, ипотечными облигациями, гарантированными РФ, и банковскими депозитами (в рублях и валюте).

Инвестирование же средств накопительной части трудовых пенсий управляющими компаниями и НПФ проводится в условиях жестких ограничений, наложенных действующими законами и нормативными актами, и это одна из причин невысоких показателей их деятельности. Сегодня работа с пенсионными деньгами становится неприбыльной для управляющих компаний, так как список ценных бумаг, разрешенных для инвестирования пенсионных накоплений, представляет собой очень ограниченный набор инструментов и нарушает один из основополагающих принципов инвестирования - необходимости диверсификации портфелей. При сегодняшней волатильности рынка еще одним обстоятельством, существенно усложняющим процесс инвестирования, является требование ограничить максимальную долю одного эмитента в портфеле пятью процентами. Другой проблемой накопительной пенсионной системы является выбор между надежностью и доходностью инвестирования. В настоящее время реальная доходность по вкладам составляет отрицательную величину, так как большая часть средств с накопительных счетов управляется государственной управляющей компанией (вкладывает средства в ГКО, ОФЗ и евробонды). Несмотря на то, что уже сегодня доходность по операциям с акциями может стабильно превышать 50% годовых, степень

риска вложения денег в акции слишком сильно не вписывается в требования по надежности пенсионных инвестиций.

В качестве альтернативных объектов для вложения пенсионных накоплений могут быть использованы ценные бумаги второго эшелона, паи закрытых фондов недвижимости и корпоративные облигации, которые зарекомендовали себя как вполне надежные и ликвидные инструменты.

Что касается регионального аспекта данной проблемы, проведенный анализ показывает, что Республика Бурятия в 2003 году обеспечила самый высокий показатель среди регионов Сибирского округа по числу жителей, передавших свои пенсии в распоряжение частных компаний, - 6,9%. В 2004 г. этот показатель (в связи с утратой доверия населения к пенсионной реформе в целом и к управляющим компаниям в частности) существенно снизился. Перечень НПФ и УК, действующих на территории Бурятии, составляют по преимуществу филиалы и отделения крупных федеральных и отраслевых компаний. Очевидно, что вложенные в них средства населения республики не участвуют в формировании инвестиционного портфеля региона.

Введение накопительных пенсий может иметь серьезный позитивный эффект не только для системы социального страхования, но и для экономики в целом. Как известно, недостаток "длинных" денег является одним из главных "узких" мест российской финансовой системы. Вместе с тем необходимо сознавать, что эффективность накопительной системы критически зависит от доходности осуществляемых в ее рамках инвестиций. Сосредоточение накоплений преимущественно в рамках государственной компании имеет мало шансов обеспечить достаточно высокую их доходность, что может поставить под сомнение эффект проводимой пенсионной реформы.

Роль и место методологических принципов в теории и практике финансовой реструктуризации предприятий
Серединский Евгений Иосифович

молодой ученый

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: esered@fromru.com

В современном мире условия ведения бизнеса изменяются столь стремительно, что уже многие специалисты от науки и практики пришли к выводу о наличии постоянной необходимости перестраиваться в ходе ведения дел. Соответственно, в последние годы все больше внимания начинает уделяться «менеджменту изменений», в том числе такому радикальному структурному преобразованию как реструктуризация¹¹. И поскольку инициатора структурных перемен часто волнуют именно вопросы финансового характера, то можно утверждать, что финансовая реструктуризация нередко интересует его в первую очередь.

В самом широком смысле финансовая реструктуризация предприятия представляет собой создание условий для такой работы предприятия, при которой вопросы финансового характера могут решаться наилучшим и наиболее эффективным образом. Другими словами финансовая реструктуризация предприятия подразумевает постановку хорошо продуманного регулярного финансового менеджмента на предприятии включая подготовку необходимой для такого управления инфраструктуры.

Можно даже констатировать, что данная проблематика интересует не только профессиональных исследователей, но также и тех, кто не имеет специальной

¹¹ Реструктуризация в силу кардинальности изменений в основном применяется в кризисном управлении, однако использование данного инструмента нередко целесообразно и в рамках общего управления развитием для повышения эффективности работы. При этом проводится реструктуризация прежде всего с целью обеспечить в полной мере соблюдение интересов ключевых стейкхолдеров.

подготовки, и тем не менее, осознавая всю злободневность этих вопросов, пытается разобраться в их сути. При этом уже накопилось достаточно большое число исследований в данной сфере как практического, так и теоретического характера. Однако интерес к финансовой реструктуризации не снижается, в свете чего повышается роль обобщающих исследований, ориентированных на выработку синтезированного знания. Но особого внимания, на наш взгляд, заслуживают научно оформленные взгляды, имеющие под собой серьезное рациональное обоснование. Методологические принципы финансовой реструктуризации предприятия являются собой в некотором смысле вершину обобщения рациональных идей в своей области¹².

«Слово «методология» состоит из слов «метод» и «логия». Последнее, находясь в конце сложного слова, означает «учение». То есть буквально методология – это учение о методе. Это слово употребляется в двух смыслах: в о - п е р в ы х , методологией называют систему нематериальных средств познания и преобразования действительности^{*}; в о - в т о р ы х , – учение о нематериальных средствах познания и преобразования действительности...

Основными нематериальными средствами познания и преобразования действительности (методологическими средствами) являются *принципы, методы, приемы* и некоторые другие»¹³ [Ивлев, с. 27].

Методология теоретической и практической деятельности представляет собой инвариант по отношению к некоторому многообразию объектов, на базе которого разрабатываются соответствующие методики, или конкретные подходы (варианты), направленные на их познание и преобразование. Она является своего рода копилкой наиболее ценных для организации какого-либо дела знаний¹⁴. Таким образом, работа по созданию и усовершенствованию методологии в первую очередь востребована в организационно-управленческой деятельности, причем как в ее нормативной части, так и в дескриптивной¹⁵.

«Системой называется специфический способ организации знаний о реальности, специально рассчитанный на наиболее эффективное использование этих знаний для осуществления некоторого целенаправленного взаимодействия с реальностью» [Емельянов, с. 9].

Методологические принципы соответственно должны быть организованы в систему. Система методологических принципов составляет ядро методологии, по сути, задавая пользователю методологии предельно обобщенную ориентировочную основу действий¹⁶. Более того, в ряде исследований методология фактически отождествляется с системой методологических принципов.

¹² «Своеобразие методологических принципов заключается в том, что теоретическое обоснование подобных принципов выходит за границы, задачи и возможности соответствующей науки, в которой они используются, а каждый такой принцип представляет то или иное теоретическое знание, играющее роль метода [Стефанов Н. Теория и метод в общественных науках / Пер. с болг. М., 1967; с. 38]» [Загвязинский, с. 7].

^{*} «Нематериальное само по себе, конечно, не может воздействовать на действительность, а лишь используется человеком в качестве руководства при его материальной деятельности. Именно в этом смысле здесь употребляется выражение «нематериальные средства преобразования действительности»» [Ивлев, с. 27].

¹³ В настоящей работе используется первое значение понятия методологии.

¹⁴ «методология именно тем отличается от методики, что она до предела насыщена знаниями (в точном смысле этого слова) и включает четко отграниченное, выделенное и, можно сказать, рафинированное исследование» [Щедровицкий, с. 202].

¹⁵ «Дескриптивные виды управленческой деятельности по отношению к нормативным являются служебными, они обеспечивают лицо, принимающее решение, информацией» [Данилов-Данильян, с. 42].

¹⁶ Система методических принципов в свою очередь задает пользователю методики относительно конкретную (сообразно текущим обстоятельствам, сложившимся условиям) ориентировочную основу действий.

Важный шаг на пути к системе методологических принципов заключается таким образом в поиске научных оснований¹⁷, на базе которых можно было бы «развернуть» дальнейшие исследования. Ясное понимание того, какая роль отводится системе методологических принципов, чего от нее ждут, причем в первую очередь потенциальные пользователи, позволит скорее выделить искомое начало.

Система методологических принципов имеет две базисные функции¹⁸: мировоззренческую и нормативную. Мировоззренческая функция заключается в сообщении пользователю тех ценностных ориентаций, в том числе и профессионального свойства, которые двигали создателем заинтересовавшей его системы методологических принципов. Нормативная функция заключается в сообщении пользователю предписаний высокого уровня общности, следование которым необходимо по представлению их разработчика для грамотной организации планируемой деятельности.

Методологические принципы необходимы для экономии сил, времени и денежных средств не столько даже на этапе проведения исследований, сколько при непосредственном осуществлении ими направляемой практической деятельности. При этом нужно осознавать, что методологические принципы организуют практическую деятельность не напрямую, а через задание непосредственным пользователям некоторой системы установок мировоззренческого и нормативного характера, направляя таким образом общий ход их мыслительной деятельности в процессе выработки и реализации конкретного подхода.

Методологические принципы финансовой реструктуризации предприятия «не лежат на поверхности»: их выявление требует раскрытия сущности даже не первого порядка. И для того чтобы можно было это сделать, необходим глубокий анализ средствами науки, которая в свою очередь уже по своей природе направлена на перманентное приращение знания, а значит, постепенно будет постигаться сущность за сущностью. При этом особое внимание должно быть уделено природе и средствам описания объекта и предмета¹⁹ деятельности. Кроме того, большой акцент должен делаться на выявлении действительно ключевых проблемных факторов²⁰, являющихся, по сути, главенствующим мотивом методологической работы²¹.

В заключение необходимо отметить, что выводы методологической работы проверяются не на истинность, а на реализуемость. Таким образом, построенная теория, как бы научно обоснована она не была, не является панацеей от всех неудач; и методологическая грамотность при проведении финансовой реструктуризации для несущего серьезные убытки будет лишь слабым утешением.

«Экономическая реформа, чтобы быть успешной, конечно, должна опираться на знания о действительности. Иной раз для этого необходимо и проведение специальных

¹⁷ «Основание – это некое базисное знание о соответствующих объектах, выступающее как начало научной системы, как отправной пункт в их дальнейшем исследовании» [Керимов, с. 91].

¹⁸ В нашем исследовании функции системы методологических принципов не сводятся к роли начала (научных оснований) методологии, а рассматриваются прежде всего с позиции ее непосредственного пользователя, т.е. фокус соответственно перемещается с потребностей разработчика методологии на практическую пользу для «потребителя» последней.

¹⁹ Под предметом деятельности нередко понимают сам объект деятельности или его теоретическое представление. Однако в данном контексте подразумевается вид деятельности.

²⁰ «Проблемное видение – особое психическое качество человека, заключающееся в умении видеть перспективы развития в той или иной области познания, выделять главные, ведущие его направления, связывать частные вопросы с более общими, проблемными. Оно рождается из сочетания опыта, интуиции и развитых исследовательских способностей. И хотя высший уровень развития этого качества, отличающий крупных ученых, – явление уникальное, определенная степень развития проблемного видения необходима каждому исследователю» [Загвязинский, с. 77].

²¹ Методологическая работа имеет ряд отличительных особенностей; но как главное – ей присущ системный (критически-рефлексивный, междисциплинарный и межпрофессиональный) характер деятельности.

научных исследований. Однако каждому ясно, что она оценивается прежде всего с точки зрения ее эффективности, практического результата» [Девятова, с. 8].

Литература

1. Данилов-Данильян В.И., Рывкин А.А. Прогнозирование и планирование // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник 1981 / Ред. колл. Д.М. Гвишиани, В.Н. Садовский и др. М.: Наука, 1981.
2. Девятова С.В., Купцов В.И. Образ науки // Философия и методология науки: Учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / Под ред. В.И. Купцова. М.: Аспект Пресс, 1996.
3. Емельянов С.В., Наппельбаум Э.Л. Системы, целенаправленность, рефлексия // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник 1981 / Ред. колл. Д.М. Гвишиани, В.Н. Садовский и др. М.: Наука, 1981.
4. Загвязинский В.И. Методология и методика дидактического исследования. М.: Педагогика, 1982.
5. Ивлев Ю.В. Логика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Логос, 2001.
6. Керимов Д.А. Методология права (предмет, функции, проблемы философии права). 2-е изд. М.: Аванта+, 2001.
7. Щедровицкий Г.П. Принципы и общая схема методологической организации системно-структурных исследований и разработок // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник 1981 / Ред. колл. Д.М. Гвишиани, В.Н. Садовский и др. М.: Наука, 1981.

Методологические основы вводного курса по корпоративным финансам Серединский Евгений Иосифович

молодой ученый

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: esered@fromru.com

«Актуальность методологических проблем обусловлена резким повышением преобразующей роли науки в современном обществе, интенсивным процессом развития самого научного знания: его дифференциацией и интеграцией, обновлением методов, взаимопроникновением научных подходов...

Методологическое знание становится необходимым не только педагогам-исследователям, но и широкому кругу методистов и преподавателей, работающих над совершенствованием учебно-воспитательного процесса» [Загвязинский, с. 6].

Прежде всего, следует отметить, что учебный процесс должен иметь системный характер, для чего первым делом необходимо определить основную цель читаемого курса²². Цель вводного курса по корпоративным финансам – сформировать у студентов *целостное* представление о финансовом управлении в корпорации, основанное на научных, а не чисто практических знаниях.

При этом если рассматривать методологическую ориентированность²³ как императив, то неизбежно приходим к следующему выводу.

²² «Цели образования выполняют системообразующую функцию в педагогической деятельности. Именно от выбора целей в наибольшей степени зависит выбор содержания, методов и средств обучения и воспитания» [Смирнов, с. 157].

²³ «Нельзя, отмечает Н.Ф. Талызина, изучать каждое частное явление самостоятельно, как слоеный пирог, где каждый слой живет своей самостоятельной жизнью. За весьма разнообразными вариантами, открывающимися на поверхности явлений, часто стоят немногие порождающие их *инварианты*... Основанные на знании инвариантов обобщенные виды деятельности обеспечивают специалисту возможность решения огромного числа частных задач.

«Цель курса – формирование системы знаний о методологической основе принятия финансовых решений компанией акционерного типа, и поэтому он является базовым для ... обязательных курсов специализации...

Курс обобщает современные направления мировой теории финансов компании акционерного типа, которые определяют принципы формирования, размещения и оценки капитала компании в рыночной среде вне зависимости от конкретного сектора экономики» [Ивашковская, с. 19].

Первоочередной задачей методологизированного курса основ корпоративных финансов является интериоризация учащимися профессионального сознания финансового менеджера корпорации. Собственно, изучение корпоративных финансов представляет собой в некотором смысле погружение в профессиональную культуру специалиста, занимающегося вопросами финансового управления в корпорации. В свою очередь, предмет корпоративных финансов есть не что иное, как его профессиональное мышление. Понятия профессионального сознания, профессиональной культуры и профессионального мышления используются в настоящем исследовании как некоторые идеальные собирательные образы (в собирательном смысле). Очевидно, что эти понятия тесно связаны. Попробуем определить их через понятие профессионального сообщества²⁴.

Профессиональное сознание – 1) комплекс мировоззренческих и нормативных представлений профессионального сообщества; 2) отвечающая взглядам профессионального сообщества система представлений, отражающих и направляющих трудовую деятельность специалиста.

Профессиональная культура – 1) исторически обусловленный уровень развития профессионального сообщества; 2) поощряемые профессиональным сообществом способы и формы организации труда специалиста.

Профессиональное мышление – 1) связующее звено между профессиональной сферой деятельности и профессиональным сознанием (наряду с профессиональным языком); 2) определенный набор признанных профессиональным сообществом нематериальных средств, способствующих эффективному выполнению работы.

«Стиль мышления представляет собой систему, состоящую из общей методологической установки и конкретных особенностей познавательного процесса данного исторического этапа» [Формирование системного мышления..., с. 85].

Профессиональное мышление корпоративного финансового специалиста «в идеале» опирается, в первую очередь, на следующие два методологических принципа: системный (общеметодологический) и стоимостной (частнометодологический). За системным принципом стоит метод системного анализа, за стоимостным – метод дисконтированных денежных потоков.

Системное мышление востребуется сегодня во многих сферах теоретической и практической деятельности человека, и финансово-хозяйственная деятельность не составляет исключения. Системные средства позволяют получать целостную картину объекта, а соответственно становится возможным управлять предприятием как целостной социально-экономической системой, в том числе рассматривая само финансовое управление как систему. Однако приходится констатировать, что

Иногда такую работу по выделению инвариантов знания проводят специалисты-«предметники» сами, основываясь на своей педагогической интуиции, но научно обоснованная, систематическая и целенаправленная работа позволяет добиться поразительных результатов» [Смирнов, с. 164].

²⁴ Такой подход представляется разумным, поскольку понятие «профессиональное» носит относительный характер. Кроме того, при выборе критерия и меры «профессиональности» полностью избежать субъективности в суждениях просто невозможно. В свете этого момента мнение профессионального сообщества является, пожалуй, наилучшим мерилom, так как складывается не на пустом месте, а основывается на реальном практическом и исследовательском опыте множества специалистов.

классические курсы по корпоративным финансам характеризуются скорее ситуативным стилем мышления.

Что касается стоимостного мышления, то оно лежит в основе всех современных курсов по корпоративным финансам. При этом большинство западных успешных компаний связывают свои достижения именно со стоимостным мышлением, с концентрацией внимания на ключевых факторах стоимости и подчинении всей финансово-хозяйственной деятельности созданию стоимости компании. Кроме того особенно подчеркивается, что это должно служить ориентиром не только для управленческого персонала, но и для всех сотрудников фирмы.

Фактически суть любого методологизированного вводного курса – профессиональная пропедевтика, т.е. системное краткое ознакомление с профессиональными знаниями, излагаемыми по возможности в предельно доступной для аудитории форме. Но необходимо отметить, что существует мнение, согласно которому «профессионализация» сдерживает творческое начало, а «депрофессионализация» рассматривается как средство развития творческих способностей.

«Чем же отличается творческое (с установкой на незнание) мышление от стандартного, профессионального? Профессионал решает задачу чаще только с помощью накопленного или дополнительно привлекаемого фонда профессиональных знаний, способностей (определенной «мышцы»), а талант, творец активизирует, привлекает весь комплекс своих способностей... Видимо, для развития широкого спектра творческих способностей в обучение студентов надо вводить еще и блок, связанный с «депрофессионализацией»... Это будет способствовать формированию нетрадиционного мышления, порождаемого эффективным, совокупным взаимодействием в личности различных способностей, наклонностей и задатков, их радостной, детской игрой (при решении различных задач разные способности по-разному сцепляются и играют в различных «командах»)»²⁵ [Матюнин, с. 65].

В заключение представляется нужным остановиться на двух немаловажных моментах, остро выступающих на злобу дня:

1. «преподаватель высшей школы сегодня в подавляющем большинстве случаев просто не знает, что ответить на вопрос о цели изучения того или иного курса, его конкретного фрагмента и даже отдельного занятия, не говоря уже о той конкретной роли, которую играет преподаваемый им образовательный продукт в системе знаний будущего специалиста»²⁶ [Попков, с. 71];
2. «преподаватель не в состоянии сформулировать свое собственное педагогическое кредо: назвать тот принцип или технологию обучения, которые ему наиболее близки, определить, каким конкретно образом он достигнет результатов, проявляемых студентами в учебной деятельности» [Попков, с. 71].

Литература

1. Загвязинский В.И. Методология и методика дидактического исследования. М.: Педагогика, 1982.

²⁵ «Действующая образовательная система построена на основополагающем постулате (неважно, декларируется он открыто или нет) – знания могущественны, архиважны, словом знание – сила, способная в принципе разрешить любую проблему... При столкновении со сложным вопросом, незнакомой проблемой, требующей оперативного решения, студент начинает лихорадочно перебирать в памяти «полки» со знаниями, и, если не отыскивает там ответ на вопрос, впадает в познавательный «ступор». Многие даже не предпринимают попытки решить поставленную задачу накопленными интеллектуальными возможностями, или хотя бы на уровне здравого смысла, интуиции, словом, без дополнительного привлечения профессиональных знаний» [Матюнин, с. 64].

²⁶ «этот результат получен нами в процессе анкетирования более 200 преподавателей самых разных должностей, степеней и званий педуниверситетов, медуниверситетов и других учебных заведений» [Попков, с. 71]

2. Ивашковская И.В. Принципы корпоративных финансов (теоретический курс, 36 часов) // Программа «Финансовая экономика» / Науч. ред. И.Г. Телешова. М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2000.
3. Матюнин Б.Г. Нетрадиционная педагогика. М.: Школа-Пресс, 1994. (Библиотека журнала «Воспитание школьников»)
4. Попков В.А., Коржуев А.В. Рефлексивные стратегии познавательной деятельности в высшем профессиональном образовании. М.: ИУО РАО, 2004.
5. Смирнов С.Д. Педагогика и психология высшего образования: от деятельности к личности: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. М.: Академия, 2003.
6. Талызина Н.Ф. Педагогическая психология: Учебник для студ. сред. пед. учеб. заведений. 2-е изд., стереотип. М.: Академия, 1998.
7. Формирование системного мышления в обучении: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. З.А. Решетовой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. (Серия «Педагогическая школа. XXI век»)

**Совершенствование бухгалтерской отчетности организации:
подходы к повышению прозрачности и информативности**

Серикова Светлана Викторовна

студентка бакалавриата) 5-го курса, ,

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, Омск, Россия

E-mail: neo.s@mail.ru

Трудно переоценить роль бухгалтерской отчетности в современном экономическом обществе. Не случайно ее называют «языком бизнеса». Государство, в свою очередь, выступая гарантом экономической культуры в обществе, берет на себя функции регулирования финансовой отчетности и формирующего ее бухгалтерского учета. Позиция Российского государства по этому вопросу отражена в ряде документов, в том числе в Приказе Минфина РФ от 01.07.2004 №180. В связи с экономическим ростом и повышением инвестиционной активности проблема достоверности и прозрачности финансовой (бухгалтерской) отчетности российских предприятий в последнее время обострилась и актуализировалась. Данные отчетности все чаще становятся вескими аргументами в диалогах при принятии финансовых и инвестиционных решений. Таким образом, появляется мотивация руководителей, собственников к повышению информативности предоставляемой отчетности путем расширения пояснений и дополнений к формам отчетности.

Возрастающее значение коммуникационной (информационной) функции отчетности относительно новая тенденция для России, поскольку в течение длительного периода директивной экономики доминировала другая ее функция – контрольная. Как результат, для современных российских бизнес-структур, в отличие от западных компаний, характерен очень скудный опыт организации аналитического бухгалтерского или управленческого учета для целей раскрытия и пояснения информации бухгалтерской отчетности, а также менталитет «закрытости» бизнеса для внешнего мира, потенциальных пользователей отчетной информации. Отметим, что рекомендуемые Приказом Министерства Финансов РФ №67н формы отчетности включают далеко не всю информацию, которая в соответствии с национальными стандартами учета и отчетности должна быть предоставлена внешним пользователям. Ситуация усложняется тем, что отсутствует комплексный нормативный акт, который бы в совокупности определял требования к содержанию Пояснительной записки.

Преодолеть указанные моменты можно, на наш взгляд, за счет разработки внутрифирменного регламента по формированию пояснений к годовому бухгалтерскому отчету, при оформлении которых возрастает роль и значение формирования

качественной Пояснительной записки, содержащей не только количественные характеристики, но и аналитические расшифровки к показателям форм отчетности. Неотъемлемой частью предлагаемого регламента должен стать Макет Пояснительной записки. В ходе его разработки следует детально учесть требования Федерального закона №129-ФЗ, Положения №34н, ПБУ 4/99, а также всех ПБУ и других нормативно-регулирующих документов в части обязательного раскрытия учетной информации и пояснений к бухгалтерскому отчету. Нами проведена указанная систематизация нормативно-правовой базы, на основе которой предложен интегрированный подход к составлению Пояснительной записки, основывающийся на включении в изучаемый документ всей информации, подлежащей раскрытию, но не нашедшей отражения в формах отчетности.

Рекомендуемая структура Пояснительной записки предполагает следующие разделы: 1. Основные сведения об организации и собственниках; 2. Краткая характеристика структуры и деятельности организации (информация об аффилированных лицах, информация по сегментам, информация о совместной деятельности); 3. Учетная политика; 4. Дополнительные сведения; 5. Характеристика имущественного положения организации (по видам имущества); 6. Оценка и анализ инвестиционной деятельности (по видам инвестиций); 7. Характеристика оборотных средств (по видам активов); 8. Характеристика источников средств (по видам источников); 9. Характеристика доходов и расходов; 10. Социальные показатели; 11. Информация о событиях после отчетной даты и условных фактах хозяйственной деятельности; 12. Оценка положения организации на рынке ценных бумаг; 13. Сведения об операциях в иностранной валюте; 14. Оценка проводимых природоохранных мероприятий; 15. Информация по прекращаемой деятельности; 16. Оценка финансового положения; 17. Основные факторы, повлиявшие в отчетном году на деятельность организации; 18. Заключение. В работе также даны рекомендации по составу каждого раздела.

Пояснительная записка, составленная по такому макету, будет отражать требования всех российских нормативных документов в части предоставления информации заинтересованным пользователям. Конечно, в реальной практике Пояснительная записка вряд ли будет содержать все указанные разделы, поскольку деятельность организации в отчетном периоде может не включать многих моментов, подлежащих обязательному раскрытию. В то же время наличие такого рекомендательного Макета облегчит работу специалиста по написанию качественной, информативной, аналитичной Пояснительной записки.

Резюмируя содержание рассматриваемой проблемы, отметим, что в условиях рыночной экономики и активизации международного сотрудничества более полное раскрытие и достоверность данных отчетности стали требованиями сегодняшнего дня.

Добавленная рыночная стоимость - индикатор управления стоимостью компании
Синяев Валерий Валерьевич

аспирант-20 года, ,

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: sivr@freemail.ru

В последнее десятилетие собственников компании, профессиональных участников фондового рынка, стратегических и портфельных инвесторов все больше интересует возможность менеджмента компаний профессионально и целенаправленно увеличивать рыночную стоимость предприятий, для максимизации богатства акционеров. Для того, чтобы оценить эффективность деятельности менеджмента, а так же для анализа возможных путей увеличения стоимости компании был предложен показатель добавленной рыночной стоимости.

Добавленная рыночная стоимость (MVA) представляет собой разницу между рыночной капитализацией компании (MV - Market Value) и скорректированной балансовой стоимостью долга и акционерного капитала (BV - Book Value), инвестированного в основную деятельность: $MVA = MV - BV$

Добавленная рыночная стоимость считается уникальной мерой в системе управления стоимостью компании, так как сочетает в себе два способа оценки: уровень благосостояния акционеров и состояние компании. Например, данная методика отражает рыночную оценку эффективности деятельности менеджмента компании в отношении распределения ресурсов, так же как и перспективы компании в долгосрочном периоде. Более того, показатель добавленной рыночной стоимости позволяет избежать субъективности в вопросе отчетности вследствие того, что учитывает будущие денежные потоки посредством аппроксимации оценок инвесторов и аналитиков относительно чистой приведенной стоимости бизнеса. С точки зрения теории корпоративных финансов MVA отражает дисконтированную стоимость всех настоящих и будущих инвестиций.

В том случае, когда точную информацию о рыночной стоимости акции невозможно получить или акции компании не торгуются на биржах, показатели, являющиеся ориентиром для создания стоимости, могут быть рассчитаны на основе внутренних данных, что, как правило, осуществляется на базе финансовой отчетности организации. Устоявшиеся формы финансовых отчетов создают некоторые препятствия при сопоставлении показателей добавленной акционерной стоимости и оценкой потоков бухгалтерским методом.

В качестве недостатков оценки эффективности компании на основе бухгалтерских отчетов можно отнести следующие:

- Подобные методы, как правило, не учитывают риски осуществляемой деятельности или проектов;
- Не используют в оценке требования необходимых капиталовложений и инвестиций;
- Не используют в расчете требования дивидендной политики общества;
- Не учитывают временную стоимость денежных потоков;
- Возможно наличие ошибок на различных стадиях жизненного цикла проекта;

Также следует отметить, что оценочные методики, основанные на бухгалтерских показателях прибыльности, отличаются от методов анализа, применяемых на фондовых рынках.

Таким образом, для устранения указанных недостатков, аналитикам в целях наиболее точного определения добавленной стоимости необходимо скорректировать показатели финансовых отчетов компании. Основой для большего количества аналитических методик, применяемых в системе управления стоимостью, служит показатель остаточного дохода («residual income»), представляющий собой в наиболее общем виде бухгалтерский показатель доходов, доступных для акционеров компании, на конец расчетного периода за вычетом резервов созданных в начале периода, дисконтированный по ставке, отражающей затраты на привлечение капитала. Считается, что остаточный доход является индикатором возможностей организации по удовлетворению требований, как поставщиков заемных средств, так и собственников бизнеса.

Помимо того, что основанные на остаточной стоимости показатели позволяют определить фактически созданную стоимость в предшествующих периодах, в случае прогнозирования будущих денежных потоков они смогут использоваться как плановые ориентиры по увеличению капитализации компании.

**Анализ выполнения российской банковской системой основных
макрэкономических функций**

Скиндирева Екатерина Александровна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: skinek@mail.ru

Коммерческие банки с момента своего появления являются важным элементом экономической системы. Как правило, для анализа результатов деятельности банков используется микроэкономический подход, то есть эффективность оценивается на основе показателей рентабельности. Однако такой подход недостаточен с точки зрения государственной политики, так как интересам экономики соответствует не только микроэкономическая эффективность отдельных банков, но и качество выполнения банковской системой своих основных макроэкономических функций. Таким образом, интерес представляет оценка макроэкономической эффективности деятельности российских банков в качестве финансовых посредников.

Для этого, на основе современных теоретических подходов к определению места в системе экономических отношений финансового посредничества можно выделить критерии, позволяющие оценить уровень макроэкономической эффективности российской банковской системы. Такими критериями могут быть функции финансовых посредников. В таком случае, мерой эффективности банковского сектора будет степень полноты выполнения возложенных на него функций.

В современной литературе [4, с.2] выделяют такие основные функции банков:

- Обеспечение расчетов и платежей.
- Трансформация активов.
- Управление рисками.
- Обработка информационных потоков, мониторинг заемщиков.

Из выделенных основных функций банковских посредников с помощью количественных методов возможно проанализировать первые две функции: уровень обеспечения платежей и расчетов и степень трансформации активов. С помощью косвенных методов можно также оценить качество управления рисками, но это требует более глубокого анализа, чем для первых двух функций. По этим причинам, при оценке уровня макроэкономической эффективности российской банковской системы можно ограничиться анализом полноты выполнения первых двух функций.

1. Количественная оценка уровня обеспечения банками платежей и расчетов операций нефинансового сектора часто дается на основании коэффициента монетизации. Этот показатель очень удобен при межстрановых сопоставлениях, но из-за институциональных особенностей российской экономики, в которой значительная часть деятельности предприятий осуществляется вне банковского оборота, прямое сравнение является некорректным [2, с.27].

Примерно оценить долю ВВП Российской Федерации, создаваемого с участием банков, можно на основе данных о доле безналичных денежных расчетов в структуре расчетов крупнейших российских предприятий. В начале 1999 г. официально по безналичному расчету, а значит через банковскую систему, оплачивалось только 40% от стоимости продукции. За пять с половиной лет этот показатель увеличился более чем в два раза, и в июне 2004 г. составлял уже 85%. Реальная доля ВВП, создаваемая с участием банков значительно ниже 85% по ряду объективных причин. С одной стороны, при расчете данного показателя Федеральной Службой Статистики не учитывались средние и малые предприятия, которые имеют несколько иную структуру расчетов за свою продукцию и услуги. С другой стороны, значительная доля ВВП все еще создается теневым сектором экономики, деятельность которого не опосредуется банковским

сектором. Таким образом, можно предположить, что российские банки обслуживали около 50% хозяйственного оборота страны.

Из этого следует, что банковская система России не вполне справляется даже с базовой функцией по обеспечению платежей и расчетов. Для эффективного функционирования экономики необходимо, чтобы через банковский сектор обслуживалось не менее 80% ВВП страны. Расширение участия банков в обслуживании деятельности предприятий позволит значительно повысить эффективность российской экономики и снизить трансакционные издержки реального сектора экономики.

2. Степень и качество трансформации активов можно оценить с помощью различных показателей. Сначала необходимо оценить структуру активов российских банков. Из анализа следует, что в целом структура активов в посткризисный период улучшилась: увеличилась доля кредитов нефинансовым частным предприятиям и населению, прежде всего, за счет снижения требований к органам государственного управления. Однако для эффективного функционирования экономики необходимо, чтобы в структуре активов банков доля кредитов была значительно выше, а банковская система в целом служила бы источником инвестиционных ресурсов для производственного сектора. Оценить временную трансформацию, осуществляемую российскими банками, можно, используя рассчитываемый ЦБ России показатель, характеризующий степень использования краткосрочных обязательств для формирования долгосрочных активов. Анализ выполнения российскими банками функции трансформации ресурсов по срокам, показывает значительную слабость и низкую эффективность банковской системы. Ограниченность ресурсной базы заставляет банки принимать существенные риски расхождения активов и обязательств по срокам, чтобы обеспечить приемлемые сроки кредитования, наибольшие риски принимают на себя крупнейшие банки, активно работающие с предприятиями. С одной стороны, это сигнализирует о выполнении российской банковской системой трансформационной функции. С другой стороны, значительный разрыв между средними сроками до погашения активов и обязательств увеличивают вероятность нового банковского кризиса. Дальнейшее реформирование банковской системы должны привести к постепенному росту доли более долгосрочных ресурсов, что уменьшит риски, принимаемые банками.

Кризис 1998 г. способствовал повышению интенсивности процессов трансформации ресурсов по срокам в банковской системе. Начавшая формироваться в посткризисный период структура операций по срокам в значительной степени является приближением к структуре операций банковского сектора, ориентированного на работу с реальным сектором экономики. Политика банков в большей степени стала способствовать формированию долгосрочных кредитных ресурсов в экономике, но выход на качественно новый уровень возможен лишь при условии развития депозитной базы. Мониторинг и анализ выполнения банковской системой ее макроэкономических функций имеет важное значение для выявления тенденций ее развития и формирования критериев оценки результатов банковской политики.

Литература

1. Конюховский П.В. Микроэкономическое моделирование банковской деятельности. СПб., 2001, с.224.
2. Матовников М.Ю. «Об оценке эффективности российских банков как финансовых посредников» // Деньги и Кредит, 2000, №5, с.27-34.
3. Dewatripont M., Tirole J. The Prudential Regulation of Banks. MIT Press, 1994, p.150.
4. Freixas X, Rochet, J.-C. Microeconomics of Banking. MIT Press, 1997, p. 255.

Рассмотрение поведения затрат при сравнении двух источников финансирования (лизинг и кредит)

Скоринкина Полина Сергеевна

аспирант

*Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет,
Санкт-Петербург, Россия*

E-mail: polin_sk@eccona.spb.ru

Для рассмотрения поведения затрат – была построена модель со следующими исходными данными и предположениями.

Исходные данные: Сумма кредита, равна сумме оборудования с НДС. Период, предоставления кредита также как и предоставления лизинговой услуги, равен 3 годам. Период полезного использования оборудования равен 10 годам. Лизинговый и кредитный процент – 13%. Первоначальный платежа нет.

Предположения: 1. Лизингодатель является балансодержателем. 2. Амортизационный метод линейный. 3. Проценты по кредиту полностью относятся на затраты. 4. НДС на предъявления возмещается в 1 год, в год покупки оборудования. 5. Предприятия платит налог на имущества и налог на прибыль. 6. Выручка одинакова при кредите и при лизинге. Она смоделирована так, что в течение предоставления кредита, чистая прибыль равна разности между долгом по кредиту и амортизацией, т.к. кредит погашается из двух источников: амортизация и чистая прибыль. После погашения долга по кредиту, выручка только покрывает все затраты, соответственно прибыль равна нулю. 7. График возврата долга по кредиту и уплата процентов осуществляется равномерными платежами, рассчитанные по формуле аннуитета. График лизинговых платежей также рассчитан по этой формуле.

Эффективность использования любого источника финансирования оценивается по его результатам (затратам). Причем затраты при использовании того или иного источника не ограничиваются сроком предоставления источника, а рассматриваются на протяжении всего периода полезного использования объекта финансирования. В модели рассматривались следующие затраты: проценты по кредиту/лизингу, (затраты финансирования, т.е. затраты, которые не возникли бы при использовании собственных средств); налог на имущество, налог на прибыль, НДС.

Поведение затрат в течение периода предоставления лизинговых услуг и кредита подтвердила преимущества лизинга перед кредитом, что не оспаривается в силу преимущества в налогообложении при лизинге.

1. Одно из главных преимуществ это отнесения лизинговых платежей на себестоимость, следовательно, прибыль уменьшается, как и налог на прибыль.
2. Ускоренная амортизация, применяемая при лизинга, значительно уменьшает налогооблагаемую базу, следовательно, налог на имущества, независимо от того, кто является балансодержателем оборудования. Главное то, что налог на имущество при лизинге меньше чем налог на имущество при кредите.
3. НДС при лизинге меньше чем при кредите, это обусловлено тем, что при кредите больше статей затрат без НДС, а именно добавляются проценты по кредиту и амортизация (амортизации нет при лизинге, если балансодержатель лизингодатель).

Однако поведения затрат после периода предоставления кредита и лизинговых услуг изменилось в пользу кредита. Из-за того, что при лизинге значительная часть затрат, связанная с имуществом, уже проведена, а именно затраты: налог на имущество и амортизация, то ничего более не уменьшает прибыль и налог на прибыль платиться в большем объеме, чем при кредите.

Из всего можно сделать вывод, что при лизинге происходит перераспределения уплаты налога на прибыль с начальных периодов на последующие, а при кредите – этого не происходит. Также, при лизинге совсем не обязательно генерировать большую

прибыль, главное чтобы выручка покрывала общие затраты, а при кредите прибыль является главным источником покрытия долга по кредиту. Поэтому при кредите нет денежных средств, а есть прибыль, а при лизинге может быть не большая прибыль, но она будет в наличие у предприятия, как свободные денежные средства.

Кроме того, если посмотреть на общие затраты за 10 лет, то обнаружим, что затраты при кредите отличаются от затрат при лизинге, но не так значительно, как в течение первых трех лет. Иными словами в зависимости от процента по кредиту и лизингового платежа привлечение кредита может быть эффективным наравне с лизингом.

Формирование эффективной системы оперативного контроллинга на промышленном предприятии

Софронова Ольга Сергеевна

аспирантка

Орловский государственный технический университет, Орел, Россия

E-mail: tempus@ostu.ru

В условиях рыночных отношений промышленным предприятиям в нашей стране приходится осуществлять свою производственно-хозяйственную деятельность в условиях нарастающей неопределенности ситуации и изменчивости экономической сферы. Значит, возникают неясность и неуверенность в получении ожидаемого конечного результата и, следовательно, возникает риск, то есть опасность неудачи, непредвиденных потерь. При этом одним из ключевых элементов системы управления на предприятиях является необходимость создания системы оперативного контроллинга.

В современном понимании управления оперативный контроллинг позволяет не только принимать более или менее верные, правильные решения, но и постоянно выявлять фактическое состояние дел на управляемых объектах, в том числе в хозяйственных системах различной степени сложности и структуризации.

Под системой оперативного контроллинга понимается совокупность организационных мер, методик и процедур, принятых руководством организации для упорядоченного и эффективного ведения хозяйственной деятельности, которая, в том числе, включает надзор и проверку:

соблюдения требований законодательства;
точности и полноты документации бухгалтерского учета;
своевременности подготовки достоверной бухгалтерской отчетности;
предотвращения ошибок и искажений;
исполнения приказов и распоряжений;
обеспечения сохранности активов.

Средства оперативного контроллинга - составные части системы внутреннего контроля, установленные руководством организации на отдельных направлениях и участках хозяйственной деятельности для обеспечения эффективного и надежного управления ею. В условиях эффективной системы оперативного контроллинга организации достигают следующих целей:

- хозяйственные операции выполняются с одобрения руководства;
- все операции фиксируются в бухгалтерском учете в правильных суммах, на надлежащих счетах, в том отчетном периоде, когда они имели место, и в соответствии с принятой учетной политикой;
- доступ к денежным средствам и материальным ценностям возможен только с разрешения соответствующего руководства;
- отслеживается соответствие между данными бухгалтерского учета и фактическим наличием активов.

Задача создания адекватной системы оперативного контроллинга в настоящее время является очень важной для успешной деятельности предприятия. Вместе с тем изложенные подходы к проектированию и оценке контрольной системы могут быть применимы не только на уровне предприятия. Предполагается, что подобный подход может быть использован для создания систем финансового контроля на любом уровне при выполнении следующих условий:

- организационная структура, для которой проектируется система контроля, должна представлять собой совокупность ресурсов и коммуникаций, то есть являться системой, реализующей заданные функции;
- необходимо определение требований к адекватному действию функциональной системы, при этом общие и частные результаты действия системы должны быть представлены в денежном выражении;
- риски, присущие системе, должны быть классифицированы и оценены;
- система контроля должна являться (быть) внутренней по отношению к функциональной системе, для которой она проектируется;
- теоретические основы построения контрольной системы должны быть адаптированы к соответствующей функциональной системе;
- критерии эффективности системы контроля должны иметь денежное представление.

Итак, в условиях высокой степени риска внешней и внутренней среды предприятия возникает настоятельная необходимость совершенствования традиционных систем управления, в частности, на основе повышения эффективности оперативного контроллинга.

**Сравнительный анализ договора финансирования
под уступку денежного требования и международного факторинга**
Спирина Э. Б.

студент

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, Саранск, Россия

E-mail: unknown@mail.ru

С принятием части второй Гражданского Кодекса РФ (далее по тексту ГК РФ) впервые в российском гражданском праве появился институт финансирования под уступку денежного требования, в зарубежном законодательстве именуемый факторингом. Учитывая важность данных отношений и с целью создания единых правовых норм, в 1988 г. в г. Оттаве была подписана разработанная УНИДРУА Конвенция «по международным факторным операциям» (далее - Конвенция). Целью написания Конвенции является унификация норм, касающихся сделок международного факторинга. Россия не является участницей Конвенции, хотя на основании главы 43 части второй ГК РФ заключаются схожие сделки, которые называются финансированием под уступку денежного требования. Между нормами Конвенции и нормами главы 43 ГК РФ много общего. При имеющихся различиях в наименованиях права субъектов рассматриваемых договоров весьма схожи. В Конвенции - это финансовый агент и поставщик, а в ГК РФ - финансовый агент и клиент. Тем не менее, между Конвенцией и главой 43 ГК РФ, посвященной финансированию под уступку денежного требования, имеются и различия. Прежде всего, несмотря на всю схожесть, предмет сделок не совпадает (ст. 824 ГК РФ и ст.1 Конвенции).

Финансирование клиента по российскому праву является для клиента целью заключения договора, а по Конвенции договор факторинга может быть заключен с иной целью. Очевидно, что Конвенция не регулирует те сделки, в которых финансирование предоставляется без дополнительных услуг. Конвенция регулирует сделки факторинга, вытекающие из коммерческой деятельности. Также по договору факторинга обеспечительные права тоже могут быть предметом уступки. В ГК РФ, в отличие от Конвенции, не содержится ограничений в отношении уступаемого денежного требования.

Как по Конвенции, так и по ГК РФ предметом договора является денежное требование, которое может существовать к моменту заключения договора о факторинге или возникнуть в будущем. Требование может и не быть определено конкретно, но должно обладать свойством потенциальной определенности. Отсюда видно, что основная обязанность финансового агента состоит в кредитовании своего клиента; возложение же в договоре на агента остальных функций зависит от характера взаимоотношений (являются ли они длящимися или ограничиваются однократной уступкой требования) и желания сторон. Если в Конвенции положение об уведомлении должника о состоявшейся уступке требования является составной частью определения факторингового контракта, то в ГК РФ вопрос о необходимости уведомления должника оставлен за рамками регулирования. Должник вправе потребовать от финансового агента предоставить доказательства о произошедшей уступке денежного требования. Судя по всему, в России допускается так называемый закрытый факторинг. В соответствии с российским законодательством может быть заключено гораздо большее количество сделок по уступке денежного требования в рамках финансирования, чем на основании Конвенции. Если же заключается сделка без уведомления должника, то к такой сделке нормы Конвенции не применяются.

Одним из средств защиты, предоставляемых как Конвенцией, так и ГК РФ должнику, является право зачета требований. В случае нарушения поставщиком своих обязательств по договору, заключенному с должником, должник не вправе требовать от финансового агента возврата сумм, уплаченных ему по перешедшему к финансовому агенту требованию, если он вправе получить такие суммы непосредственно с клиента. ГК РФ возлагает риск неисполнения переданного денежного требования на финансового агента. По Конвенции стороны вправе возложить на финансового агента обязанность "защиты от неплатежеспособности должников". При этом в отличие от ГК РФ (ст. 831), Конвенция не касается вопроса о правах финансового агента на суммы, полученные от должника. В соответствии с п. 1 ст. 6 уступка денежного требования поставщиком фактору будет действительна, даже если между поставщиком и должником существует соглашение о ее запрете. ГК РФ же не освобождает клиента от обязательств или ответственности перед должником в связи с уступкой денежного требования в нарушение соглашения о ее запрете. В ГК РФ не допускается последующая уступка денежного требования (ст. 829). Однако эта правовая норма не является диспозитивной. Конвенция не устанавливает запрет последующей уступки денежного требования, если только стороны не укажут об этом в договоре (ст. ст. 11 - 12). В российском законодательстве, в отличие от Конвенции (ст. 7), не сказано о том, может ли финансовый агент требовать от должника уплаты дополнительных денежных сумм: неустойки, штрафа и т.д., которые должник должен был бы уплатить кредитору. Решая этот вопрос, по моему мнению, можно применить норму ст. 384 общей части ГК РФ.

Сравнивая Конвенцию о международном факторинге и гражданское законодательство о финансировании под уступку денежного требования, следует отметить, что основные подходы Конвенции при регулировании отношений, связанных с уступкой денежного требования, нашли свое отражение в ГК РФ.

О проблемах оценки влияния состава и структуры собственников на эффективность деятельности российских коммерческих банков

Тер-Самвелова Наринэ Сергеевна

аспирантка

Пятигорский государственный лингвистический университет, Пятигорск, Россия

E-mail: ter-samvelova@yandex.ru

Особенностью становления современной российской банковской системы являлась массовость акционирования государственных банков и создание новых коммерческих

банков до начала официальной приватизации в реальном секторе экономики. Однако, эти важные для отечественной экономики явления не нашли должного отражения и оценки в научной литературе. Количество эмпирических исследований, где прослеживались бы основные тенденции в распределении и перераспределении собственности российских коммерческих банков в последующий период, исчисляется единицами. Основным направлением исследований трансформационных процессов собственности являлся анализ российских промышленных предприятий, осуществляемый Мировым банком (Дж.Эрл, С.Эстрин и Л.Лещенко), Ноттингемским университетом, а также Институтом экономики переходного периода (Аукуционек С., Жуков В. и Капелюшников Р.). Все упомянутые исследования строились на основе специализированных опросов руководителей промышленных предприятий различных регионов России.

Однако, в известных нам источниках отсутствуют сведения о подобных исследованиях в банковской сфере, касающиеся распределения и перераспределения собственности российских коммерческих банков. В этой связи нами был проведен анализ динамики состава и структуры собственников кредитных организаций.

В отличие от всех осуществленных ранее исследований, основанных на экспертных опросах, эмпирическую базу данного составили ежеквартальные отчеты по ценным бумагам и проспекты эмиссии ценных бумаг коммерческих банков, являющиеся официальными источниками информации.

Нами обработаны данные по состоянию на конец 1998г. в сравнении с 2003г. При этом мы исходили из того, что для стабилизации кризисной ситуации 1998г. и срабатывания механизмов трансформации собственности неизбежно требуется какое-то время. Трудно ожидать, чтобы четко выраженные различия в поведении коммерческих банков с разной структурой собственности могли проявиться сразу же после кризиса 1998 года. Вместе с тем правомерно предположить, что 5 лет - достаточный срок, чтобы названные механизмы «заработали» и начали оказывать реальное воздействие на стратегическое поведение собственников. Оценка по состоянию на конец 1998 года, т.е. после окончания пика финансового кризиса, имела целью выявление состава и структуры собственности, с которой коммерческие банки вступили в посткризисный период. Вторая оценка дала возможность зафиксировать важнейшие сдвиги, которые произошли в 1998 – 2003 гг.

Исследование проводилось на примере кредитных организаций региона Кавказских Минеральных Вод (КМВ). Для этого была сформирована база данных кредитных организаций, функционирующих на этой территории, содержащая сведения о дате создания банка, организационно-правовой форме, распределении пакетов акций между собственниками, информацию о собственниках, основные финансово-экономические показатели деятельности.

Уровень репрезентативности данной выборки (70%) является значительно более высоким, чем в упомянутых выше исследованиях собственности промышленных предприятий (не более 200 предприятий в целом по России). При этом важно отметить, что все банки оценивались как на 1998 год, так и на 2003. А в исследовании по структуре собственности промышленных предприятий, только половина респондентов приняли участие как в опросе 1995, так и в опросах 1997 и 2003 гг.

Для оценки структуры собственности российских коммерческих банков нами был создан классификатор состава их собственников, на основании которого выделено пять групп банков - с доминированием инсайдеров (внутренних инвесторов), аутсайдеров (внешних инвесторов), иностранных инвесторов, государства и ЦБ РФ. В свою очередь, каждая из первых двух групп разбивается на две подгруппы: инсайдерские банки (с доминированием либо менеджеров, либо работников), аутсайдерские банки (с доминированием либо финансовых, либо нефинансовых акционеров). К финансовым

аутсайдерам были отнесены банки и инвестиционные фонды. А нефинансовым аутсайдерам были отнесены физические и юридические лица.

Кроме категории собственников коммерческих банков на принятие решений оказывает влияние и степень концентрации акций в руках крупнейшего держателя. В зависимости от величины доли акций, находящихся у крупнейшего собственника, выделены четыре группы коммерческих банков: с низкой (от 5% до 10%), средней (от 10 до 20%), высокой (от 20 до 50%) и сверхвысокой (свыше 50%) степенью концентрации акций в руках крупнейшего акционера.

По предложенным классификациям были определены состав и структура собственников по каждому коммерческому банку региона КМВ отдельно. Далее каждый банк был классифицирован по введенным ранее категориям собственников.

В ранее проводимых исследованиях промышленных предприятий России было выявлено влияние состава и структуры собственников, а также концентрации капитала в руках крупнейших собственников на финансово-экономические результаты деятельности. Закономерным явился вопрос об установлении подобного влияния в банковской сфере.

Влияние состава и структуры собственников на эффективность деятельности коммерческих банков может быть выявлено при анализе наиболее значимых финансово-экономических показателей:

- генерального коэффициента надежности;
- коэффициента текущей ликвидности;
- кредитного риска;
- коэффициента фондовой капитализации прибыли;
- коэффициента эффективности использования банком привлеченных средств;
- коэффициента доходности капитала;
- рентабельности активов.

Таким образом, для определения влияния состава и структуры собственников на эффективность деятельности коммерческих банков, необходимо проанализировать и оценить изменение данных показателей во взаимосвязи с изменением категории доминирующих собственников, а также концентрации капитала в руках крупнейших собственников исследуемых банков. Это позволит выявить закономерности поведения банков, а также конечные результаты их деятельности в зависимости от типа доминирующего собственника, что в свою очередь станет основанием для выработки комплекса мер управления системой отношений собственности в коммерческих банках мер в интересах дальнейшего поддержания и развития наметившегося экономического роста в России.

Проблемы управления финансовым рычагом предприятия

Тимофеев Руслан Валерьевич

студент

Чебоксарский кооперативный институт Центросоюза РФ, Чебоксары, Россия

E-mail: filin.r@mail.ru

Изменяя структуру капитала, то есть соотношение между собственными, вложенными предпринимателем или акционерами, средствами и деньгами, взятыми в долг, финансовый менеджер может заметно влиять на стоимость всей компании. Российским финансистам этот инструмент попал в руки только в самое последнее время. Причина проста: к так называемым «длинным деньгам» подавляющее большинство отечественных компаний доступа до сих пор не имели. Но ситуация начинает меняться и не пользоваться лучшими достижениями финансового менеджмента не допустимо. Компании, прибегая к займам, используют так называемый финансовый рычаг

(леверидж). Это отношение заемного капитала к собственному – соответственно, финансовый рычаг тем больше, чем больше доля долгов в общем капитале фирмы. Смысл левериджа в том, что если доходность бизнеса выше, чем ставка по заемным средствам, то рентабельность собственного капитала при использовании кредитов можно заметно увеличить. И чем больше разница между доходностью и процентной ставкой, тем выше результат. Допустим, предприниматель вкладывает деньги в объект недвижимости стоимостью \$400 тыс. Он намерен продать его в конце года за \$550 тыс. Доходность этой операции составляет 37,5%. Если же бизнесмен возьмет кредит в \$200 тыс. под 18% годовых, доходность операции (по отношению к собственным вложенным средствам) составит уже 57%: $(\$150 \text{ тыс.} - 0,18 \times \$200 \text{ тыс.}) : \$200 \text{ тыс.}$. Однако предприниматель рискует: ведь если недвижимость продать по планируемой цене не удастся, затраты на выплату процентов могут превысить общий доход – возрастает доходность, но возрастает и риск. Из этого примера видно, что при определенных условиях брать в долг можно и нужно. Но каким должно быть итоговое соотношение собственных и заемных средств?

Согласно одной из моделей, построенной в середине прошлого века двумя американскими специалистами по финансам Мертоном Миллером и Франко Модильяни (который впоследствии стал Нобелевским лауреатом), для максимизации стоимости фирмы лучше всего доводить долю долга в капитале до 100%. Причина – существование так называемого «налогового щита». Ведь в экономической практике большинства стран мира проценты по кредитам уменьшают налогооблагаемую прибыль (включаются в себестоимость). Если все вложенные в бизнес средства собственные, значит, налог на прибыль придется заплатить со всей суммы дохода. Если же присутствуют заемные деньги, компания получает значительные налоговые льготы – это и есть «налоговый щит». Парадокс состоит в том, что согласно этой модели, чем больше доля долга, тем лучше, тем выше стоимость компании – идеально, если в компании все 100% капитала получены в кредит. На практике такого, естественно, никогда не бывает. Описанная модель не учитывает, что до бесконечности увеличивать финансовый рычаг мешают неизбежно возникающие риски. Однако в период снижения деловой активности фирмы с большими значениями финансового рычага уступают свою долю рынка конкурентам с консервативной структурой капитала (консервативность в данном случае подразумевает небольшую долю заемных средств). Задача менеджера состоит в том, чтобы найти некое среднее компромиссное значение финансового рычага, которое обеспечит оптимальные уровни доходности и риска – а значит, максимальную стоимость компании.

В то же время в ходе изучения российской действительности бросается в глаза существующий отрицательный финансовый рычаг многих отечественных корпораций (предприятия берут в долг под большой процент, нежели рентабельность собственного бизнеса), что конечно же ведёт к проеданию собственного капитала предприятий и создаёт угрозу корпоративного дефолта. Финансовые менеджеры зачастую не обращают на это должного внимания, поскольку производственная была создана, как правило, еще в советское.

Инвестиционный аудит (на примере ОАО «Камызякская РПК»)

Тихвинская Екатерина Николаевна

студентка бакалавриата) 5-го курса, ,

ДФ Астраханский государственный технический университет, Астрахань, Россия

E-mail: bigsemya@inbox.ru

Инвестиционный аудит – относительно новое явление в системе аудиторских услуг российских фирм, но вместе с тем очень перспективное в рыночной экономике при

ориентировании предприятий на привлечение инвестиций для развития своей деятельности. Инвестиционный аудит включает в себя следующие разделы:

1. Аудит в рамках проектного финансирования (аудит инвестиционного проекта предприятия)
2. Аудиторские услуги по выявлению резервов источников финансирования и определению ключевых инвестиционных объектов предприятия.

Аудиторские услуги в рамках проектного финансирования – это не только подтверждение достоверности бухгалтерской отчетности (например, для инвесторов), но и сопутствующие аудиту услуги [1]. В частности, к аудиторским услугам относятся:

- Составление бизнес-плана инвестиционного проекта
- Экспертиза инвестиционного проекта
- Установление оптимальности выбранного метода финансирования (включает в себя экономическую, правовую, производственную экспертизу) и др.
- Аудиторской сопровождение реализации инвестиционного проекта (бухгалтерское, налоговое, правовое)

Таким образом, говоря об аудиторских услугах в рамках проектного финансирования, имеем в виду аудит в широком понимании этого вида деятельности. Участие аудитора в проектном финансировании может быть очень разносторонним, перечень предоставляемых услуг может включать десятки пунктов, так или иначе связанных с созданием и реализацией инвестиционного проекта [1].

Аудит в рамках проектного финансирования начинается с экспертизы инвестиционного проекта, результатом которой является оценка его эффективности, а также выявление объекта инвестиционных вложений проекта и источников его финансирования, что и будет являться отправной точкой для дальнейшей проверки достоверности бухгалтерской отчетности предприятия в рамках проектного финансирования. Особенностью данного вида аудита также является то, что аудитор должен руководствоваться региональным законодательством об инвестиционной деятельности, о льготах предоставленных предприятиям привлекающие инвестиции. Например, в Астраханской области принят Закон "Об инвестиционной деятельности в Астраханской области" (от 29.07.1998 №30) с изменениями от 24 марта 2003 г. N 5/2003-ОЗ. Методы аудита и источники информации необходимые для проведения аудита напрямую зависят от источников финансирования инвестиционного проекта, которые могут быть заемными и (или) собственными. К заемным средствам относятся временно привлекаемые средства других юридических и физических лиц в качестве займов и кредитов банков. Возврат привлеченных средств осуществляется за счет собственных и приравненных к ним средств организации в предусмотренные договорами (контрактами) сроки. Часто финансирование капитального строительства проводится несколькими инвесторами в порядке долевого участия.

Собственные средства на финансирование капитального строительства формируются:

- 1) из уставного капитала организации;
- 2) за счет амортизационных отчислений на восстановление основных средств;
- 3) из части чистой прибыли организации;
- 4) за счет специальных (целевых) фондов;
- 5) из сумм возмещений, полученных организациями в результате наступления страховых случаев, связанных с основными средствами с объектами строительства;
- 6) за счет выручки от реализации основных средств, созданных или приобретенных организацией в ходе строительства объекта [2].

ОАО «Камызякская РПК» является одним из старейших предприятий Астраханской области в сфере добыче рыбы. С 1998 года на предприятии реализуется инвестиционный проект по созданию консервного цеха. Источник финансирования объекта – собственные средства. Проведенный мною аудит проектного финансирования инвестиционного объекта организации позволил сделать следующие выводы.

Использование ряда собственных источников финансирования фиксируется на основе проводимых расчетным путем. Например, использование такого собственного источника финансирования капитального строительства, как амортизационные отчисления, носит внесистемный характер, т.е. не отражается непосредственно на счетах бухгалтерского учета организации. Сумма амортизационных накоплений на полное восстановление основных средств определяется как сальдо по регулируемому счету 02 "Амортизация основных средств", который предназначен для определения остаточной стоимости объекта основных средств, а не для определения источника финансирования капитального строительства [2].

Действующее законодательство позволяет хозяйствующим субъектам аккумулировать финансовые средства для капитального строительства объектов с помощью создания специальных целевых фондов. Так, за счет резервирования прибыли (после налогообложения) в форме периодических отчислений создается фонд производственного развития [2]. Отчисления в резервный капитал из прибыли отражаются в бухгалтерском учете следующей записью: Дебет 84 Кредит 82.

Однако предприятие вправе не создавать целевые фонды, что также может затруднить ход аудиторской проверки источников финансирования инвестиционного объекта за счет собственных средств. В этом случае проверка производится как и в случае с амортизационными отчислениями расчетным образом. На основании этого можно сделать вывод о том, что учет собственных источников финансирования инвестиционной деятельности недостаточно хорошо регулируется законодательством Российской Федерации. Предприятия вынуждены самостоятельно разрабатывать собственные способы учета и анализа инвестиционной деятельности, практически невозможно проследить резервы собственных источников финансирования в бухгалтерской отчетности, что усложняет работу аудиторам, и делает аудит инвестиционной деятельности одним из самых сложных разделов общего аудита. Можно отметить, что при аудите в рамках проектного финансирования, который осуществляется за счет внешних источников (кредита, бюджетных средств и др.) возникает меньше трудностей из-за более строго регулируемого государством ведения учета внешних источников финансирования. На мой взгляд, решением данной проблемы может быть ведение аналитического учета начисления амортизации в ведомости финансирования капитального строительства для формирования необходимой информации, используемой для принятия управленческих решений [3]. А выбранная организацией амортизационная политика является одним из решающих факторов в формировании инвестиционного потенциала предприятия.

Литература

1. Кизь В. Аудиторские услуги в рамках проектного финансирвоания // Аудитор, 2001, №5.
2. Бухгалтерский учет инвестиций в капитальное строительство // Финансовая газета, №3, 2003.
3. Несмиянов А. Управление амортизационными отчислениями для целей начисления налога на прибыль // Финансовая газета, №51, 2004.

Отрицательная реальная ставка процента на рынке рублевых облигаций: фундаментальные причины и перспективы коррекции

Томышев Андрей Сергеевич

студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: njvsitd@yandex.ru

По фундаментальным показателям рынок рублевых облигаций сегодня сильно переоценен. В 2003-2004 годах отрицательную реальную доходность (скорректированную на уровень инфляции) демонстрировали не только рублевые облигации, но и высокодоходные бумаги 2-го и 3-го эшелона.

Целью предлагаемого исследования является выявление фундаментальных характеристик российской экономики, а также особенностей российского рынка заемного капитала, предопределивших специфичность структуры процентных ставок, при которой темпы инфляции значительно превышают номинальный доход от инвестиций в долговые обязательства. На основании полученных результатов в исследовании дается прогноз динамики доходности рынка облигаций на 2005 год.

Основными причинами сложившейся ситуации на долговом рынке являются значительное падение процентных ставок по облигациям в 2003 – 2004 годах с одной стороны и сохранение темпов инфляции на относительно высоком уровне с другой (средний уровень инфляции за этот период составил 13,5%, а эффективная доходность к погашению государственных бумаг в среднем сократилась с 7% до 4,5%, [3]).

Сокращение доходности рублевых облигаций объясняется следующими факторами:

- Благоприятная конъюнктура мировых товарных рынков (нефть, металлы) привела к существенному росту золотовалютных резервов и ликвидности банковской системы РФ.
- Тенденция укрепления рубля обеспечила дальнейший приток иностранного капитала на рынок рублевых облигаций.
- Динамика базового актива – еврооблигаций РФ – была позитивной – за два последних года страновой спред к пакету государственных облигаций США с сопоставимой дюрацией сузился на 210 б.п., [1].

Перечисляя причины «консервации» темпов инфляции на высоком уровне, необходимо выделять монетарные и немонетарные факторы. К немонетарным факторам относят следующие:

- Высокая степень монополизации экономики, наличие ряда естественных монополий (РАО «ЕЭС», ОАО «РЖД», ОАО «Газпром»), лоббирующих повышение тарифов на свои услуги и продукцию.
- Высокий рост потребительского спроса, вызванный быстрым приростом покупательной способности зарплат.
- Низкий уровень загрузки производственных мощностей, составивший 59% по состоянию на сентябрь 2004 года, [2].
- Инфляция издержек в основном роста мировых цен на сырьевые ресурсы. Так, за 2004 год отпускные цены в черной металлургии увеличились на 55,3%, в ТЭК – на 54,2%, в электроэнергетике – на 11,7%, [2].
- Значительное положительное сальдо торгового баланса (66,6 млрд. долл. в 1-й полугодии 2004 года, [3]).

Монетарным фактором инфляции является превышение темпов роста денежной массы, включающей наличные деньги в обращении и депозиты до востребования на банковских счетах, над темпами роста реального ВВП (в среднем на 0,5 п.п. за 2004 год, [2]), что в соответствии с моделью Фишера оказывает существенное инфляционное давление на экономику. Что касается динамики процентных ставок по облигациям в 2005 году, то с наибольшей вероятностью ожидается коррекция развития тренда. Фундаментальная непривлекательность рынка рублевых облигаций делает его уязвимым к росту процентных ставок в США, доходности по еврооблигациям и прогнозируемому в 2005 году ослаблению курса рубля. Кроме того, в 2005 году снизится темп роста банковской ликвидности в результате снижения положительного сальдо текущих операций и усиления оттока капитала.

Литература

1. Долговой рынок: итоги 2004, стратегия 2005. ОАО «МДМ Банк».
2. Центральный банк России. Обзор инфляции: 1-й квартал 2004 год (www.cbr.ru).
3. Центральный банк России. Социально-экономическая ситуации в 2004 году (www.cbr.ru).

**Оценка премии за риск банковских облигаций:
мировой опыт и российская специфика**
Томышев Андрей Сергеевич

студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: njvsitd@yandex.ru

Премия за риск банковских облигаций представляет собой дополнительный доход инвестора за вероятность неисполнения эмитентом обязательств перед держателями облигаций. Проблемы оценки премии за риск актуальны на этапе преаукционных продаж (initial sales), когда эмитент и организатор выпуска определяют справедливую стоимость облигаций для обеспечения потенциальных инвесторов рыночным ориентиром доходности.

Целью настоящего исследования является обобщение опыта оценки премии за риск корпоративных облигаций и построение на его основе модели для российского рынка банковских облигаций.

Из моделей, наиболее активно используемых для оценки премии за риск на западных рынках, можно выделить эконометрические (линейные, нелинейные, логит- и пробит-модели) [1], модели, основанные на подходе value at risk [2], модель арбитражного ценообразования [1], [3] и многофакторные модели BARRA [3]. Тестирование моделей на российском рынке (в выборку вошли 9 облигационных выпусков, размещенных в 2004) показало, что наиболее качественные результаты дают методы эконометрики, в частности регрессионный анализ.

Для рынка банковских облигаций была получена линейная регрессионная модель вида

$$Y = 11,747 - 6,030X_1 - 0,222X_2 + 0,301X_3 - 0,181X_4 - 0,053X_5 + E$$

$$R^2 = 0,987, R^2_{adj} = 0,966, F = 46,051, \text{ где } Y - \text{ премия за риск облигаций;}$$

X_1 – доля валюты баланса банка-эмитента в совокупных активах банковской системы на дату завершения первичного размещения облигаций;

X_2 – доля в общем кредитном портфеле эмитента кредитов, предоставленных государственным финансовым органам и государственным предприятиям;

X_3 – доля просроченных процентов в процентных доходах банка;

X_4 – коэффициент чистого спреда (в процентах), равный разнице между рентабельностью активов, приносящих процентный доход и удельной стоимостью привлеченных средств, генерирующих процентные выплаты;

X_5 – процентное отношение общей номинальной стоимости облигаций к размеру уставного капитала банка-эмитента.

Экономическое содержание результатов регрессионного анализа может быть систематизировано в следующих ключевых пунктах:

- Основные показатели, формирующие премию за риск, легко поддаются количественной оценке и «лежат» на «поверхности» отчетности банка.
- Наибольшее влияние на риск-премию облигаций оказывает масштаб деятельности кредитной организации, выраженный через фактор X_1 , особое внимание уделяется глубине сотрудничества с различными государственными структурами (X_2) и качеству активов банка (X_3).
- Наиболее дешево занимают банки-эмитенты с относительно стабильным и крупным денежным потоком (показатель X_4).
- Так как в модель не вошли нормативные показатели, рассчитываемые по требованию Банка России, можно заключить, что рынку интересна не величина нормативов, а факт их выполнения.

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют расширить представление об особенностях формирования премии за риск на российском рынке банковских облигаций в контексте факторов, формирующих их справедливую стоимость. Построенная модель характеризуется высоким статистическим качеством и может учитываться при построении рыночных индикаторов, используемых участниками аукциона по размещению долговых обязательств.

Литература

1. Harold G. Fraine and Robert Mills, "The Effect of Defaults and Credit Deterioration on Yields of Corporate Bonds"// Journal of Finance, 1961, #3, p. 433.
2. William H. Beaver, "Market Prices, Financial Ratios and the prediction of Failures"// Journal of Accounting Research, 1959, #2, pp. 217-237.
3. W. Braddock Hickman. Corporate Bond Quality and Investor Experience, Princeton University Press, 1958, p. 10.

Анализ норм бюджетного и налогового учета по амортизации имущества бюджетной организации в Российской Федерации

Тумасова Ирина Александровна

студентка

Волгоградская академия государственной службы, Волгоград, Россия

E-mail: meetirochka21@yandex.ru

Налогообложение бюджетных учреждений является одним из сложных в российском налоговом законодательстве. Это связано с тем, что в период экономического кризиса правила налогообложения были ориентированы в первую очередь на предприятия высокодоходных отраслей экономики. Бюджетные учреждения, встроенные в рыночные отношения и включенные в состав плательщиков налога на прибыль, НДС и других налогов и сборов, по большей части оставались за рамками внимания законодателя. Введение в действие Налогового кодекса РФ и Инструкции №70н по бюджетному учету заметно улучшило положение дел. Однако, в ходе реформирования налоговой и бюджетной системы, развития системы единого бюджетного учета, принятия новой бюджетной классификации и перехода от Общероссийского классификатора по отраслям народного хозяйства к Общероссийскому классификатору по видам экономической деятельности возникла необходимость соотношения норм бюджетного и налогового учета, а именно по вопросу амортизации имущества и учету в расходах, определяющих налогооблагаемую базу по налогу на прибыль.

Целью нашего научного исследования является изучение особенностей бюджетного и налогового учета по вопросу расчета амортизационных отчислений бюджетной организацией и определение способов их гармонизации. Объектом исследования выступает имущество бюджетной организации, подлежащее амортизации. В ходе работы были использованы нормативно-правовые источники, применялись методы исторического, логического анализа. По результатам проведенного исследования были получены и системно представленные следующие результаты:

1. Существующие неопределенности в системе налогообложения бюджетных учреждений кроется в самой природе этих учреждений. С одной стороны, бюджетные учреждения имеют право осуществлять предпринимательскую деятельность, с другой - услуги бюджетных учреждений социально значимы и должны в ряде случаев оказываться на безвозмездной основе или по фиксированным расценкам. Этот факт выделяет бюджетные организации из всей совокупности налогоплательщиков и предполагает особые правила налогообложения их деятельности.
2. Введение в действие в 2002 году главы 25 Налогового кодекса Российской Федерации привело к наличию расхождений по такому важному показателю деятельности,

приносящей доход, как прибыль. Поскольку данные налогового учета расходятся с данными бухгалтерского, то следствием этого является снижение значения бухгалтерской отчетности для внешних пользователей - главных распорядителей средств федерального бюджета, налоговых органов, Минфина России. Придерживаясь такой позиции, что необходим приоритет бюджетного учета над налоговым, следует отметить, что существуют резервы их гармонизации - прежде всего в сфере учета расходов и доходов по методу начисления.

3. Согласно п.44 Приказа Минфина РФ от 26 августа 2004 г. №70н "Об утверждении Инструкции по бюджетному учету" на объекты основных средств и нематериальных активов стоимостью свыше 1000 рублей начисляется амортизация. Для целей налогового учета необходимо воспользоваться нормами НК РФ. Согласно ст. 256. НК РФ амортизационные отчисления рассчитываются по объектам основных средств, приобретенных за счет средств от предпринимательской деятельности, либо используются в рамках коммерческой деятельности бюджетной организации.
4. Амортизация по бюджетному учету начисляется ежемесячно в размере 1/12 годовой суммы, начиная с первого числа месяца, следующего за месяцем принятия этого объекта к бухгалтерскому учету. Согласно п.2 ст. 259 НК РФ сумма амортизации для целей налогообложения определяется налогоплательщиками ежемесячно, начиная с первого числа месяца, следующего за месяцем, в котором этот объект был введен в эксплуатацию.
5. Основанием для отнесения к объектам основных средств для целей бюджетного учета является срок эксплуатации больше 12 месяцев независимо от стоимости объекта. А для целей налогового учета согласно ст.256 НК РФ амортизируемым имуществом признается имущество со сроком полезного использования более 12 месяцев и стоимостью более 10000 рублей.
6. Сумма начисленного износа рассчитывается линейным способом. В целях налогообложения амортизация начисляется линейным и нелинейным методом. Для целей налогообложения бюджетная организация может использовать повышающие или понижающие коэффициенты. Повышающие коэффициенты могут использоваться для тех основных средств, эксплуатируемых в условиях агрессивной среды или повышенной сменности.

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют выявить существенные расхождения норм бюджетного и налогового учета по амортизации имущества в бюджетной организации, а также установить направления сближения этих норм по износу и амортизации имущества бюджетной организации.

1. Порядок определения стоимости амортизируемого имущества примерно одинаков для целей налогообложения и для целей бюджетного учета. Различия заключаются в том, что согласно НК РФ объект отражается в составе основных средств в момент ввода в эксплуатацию, т.е. после осуществления расходов на доставку, установку, а согласно правилам бюджетного учета - в момент приобретения этого объекта.
2. Для бухгалтерского учета основанием для применения коэффициентов ускоренной амортизации нет.

Первоначальной стоимостью основных средств признается сумма фактических вложений учреждения в приобретение, сооружение и изготовление объектов основных средств.

Вложениями на приобретение, сооружение и изготовление основных средств являются:

- суммы, уплачиваемые в соответствии с договором поставщику (продавцу), в том числе налог на добавленную стоимость (кроме их приобретения за счет средств от предпринимательской и иной деятельности, приносящей доход);

- суммы, уплачиваемые организациям за осуществление работ по договору строительного подряда и иным договорам;
- суммы, уплачиваемые организациям за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением основных средств;
- регистрационные сборы, государственные пошлины и другие аналогичные платежи, произведенные в связи с приобретением (получением) прав на объект основных средств;
- таможенные пошлины;
- вознаграждения, уплачиваемые посреднической организации, через которую приобретен объект основных средств;
- затраты по доставке объектов основных средств до места их использования, включая расходы по страхованию доставки;
- иные затраты, непосредственно связанные с приобретением, сооружением и изготовлением объекта основных средств.

Вложения на приобретение и сооружение основных средств определяются (уменьшаются или увеличиваются) с учетом суммовых разниц, возникающих в случаях, когда оплата производится в валюте Российской Федерации, в сумме, эквивалентной сумме в иностранной валюте (условных денежных единицах). Под суммовой разницей понимается разница между рублевой оценкой, выраженной в иностранной валюте (условных денежных единицах) кредиторской задолженности по оплате объекта основных средств, исчисленной по официальному или иному согласованному курсу на дату принятия ее к бухгалтерскому учету, и рублевой оценкой этой кредиторской задолженности, исчисленной по официальному или иному согласованному курсу на дату ее погашения.

Положительные и отрицательные стороны взаимодействия банков и страховых компаний

Ульев Алексей Валерьевич

студент

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: uliev@rambler.ru

Развитие финансовых рынков, стабилизация общеполитической и экономической ситуации в стране, создает необходимость расширения спектра услуг, предоставляемых сегодня банками, страховыми и инвестиционными компаниями. В период обострения конкурентной борьбы среди организаций, работающих на финансовых рынках, становится важным определение четких стратегий развития бизнеса, совершенствование структуры менеджмента компаний. Особую важность сегодня приобретает устойчивость и стабильность, наличие перспектив и четко определенных планов развития компании.

Работа в условиях неопределенности порождает проблему риска. Четко налаженный процесс управления рисками - единственно возможный сегодня способ достижения устойчивости и стабильности бизнеса. Достижение совместной сбалансированной устойчивости при ведении бизнеса наряду с достижением взаимовыгодного результата - вот главная цель, в стремлении к которой, необходимо строить партнерские отношения. Деятельность страховых компаний существенно отличается от других видов предпринимательской деятельности не только стремлением принимать на себя риски различных субъектов хозяйствования, но и способностью объективно оценивать и управлять ими.

Банки же в процессе осуществления своей деятельности вынуждены принимать на себя значительные риски, в основном, экономического характера.

Построение взаимовыгодных отношений между банком и страховой компанией таким образом, что часть рисков, принимаемая банком, передается страховщику,

выгодно как для банка, так и для страховой компании. Поскольку банк может сосредоточить свое внимание непосредственно на предоставлении банковских услуг, что дает ему возможность работать в более гибком режиме при определении стратегии во множестве "риск - доходность". Страховая компания, принимая на себя риски, обеспечивает устойчивость и надежность банку, что в свою очередь играет не последнюю роль при позиционировании банковских продуктов.

Деловой тандем "банк - страховщик" позволяет модифицировать банковские продукты в сторону большей гибкости относительно уровня принимаемого банком риска, создавать новые виды страхования, ориентированные на страхование рисков экономического характера, создавать факторы, определяющие спрос на банковские продукты и услуги страхования. В ходе совместной деятельности банков и страховых компаний клиент получает максимально удобный, полный и относительно недорогой комплекс услуг, который может включать в себя страховые и банковские услуги, дополняющие друг друга таким образом, чтобы в целом продуктивность обслуживания значительно возросла. Работая разрозненно ни банк, ни страховая компания не способны предоставить такой спектр услуг. Наряду с этим, достигается цель обеспечения взаимной стабильности и надежности.

Взаимодействие банков и страховых компаний, их интеграция помогает решить проблему эффективного использования страховых резервов и активов, которая является приоритетной экономической задачей не только для любой страховой компании, но и для государства. До начала формирования российского страхового рынка можно было говорить о преимущественно экономическом содержании этой задачи. В условиях реализации нелиберальной модели глобализационного развития страховых отношений появились новые факторы, влияющие на формирование новой роли страховых компаний как институциональных инвесторов в российской экономике. Высокодоходная политика инвестирования страховых резервов — самый надежный способ обеспечения финансовой устойчивости страховщика для покрытия обязательств по убыткам. Именно стремление повысить уровень своей финансовой устойчивости увеличивает интерес страховых компаний к взаимодействию с банками.

Литература

1. Андреева Л.Ю. «Российский страховой рынок в системе мирового страхового хозяйства». М.: Ростов н/Д., 2004.
2. Петров В.В. Банкостраховые группы - будущее мировых финансов //БДвМ, 2002, №11(71).
3. Петров М.А. Интеграция рынков в условиях глобализации на примере страхового рынка // Финансы. Инвестиции. Деньги, 2003, №7.
4. www.cfin.ru

Проблемы трансформации бухгалтерской отчетности в соответствии с МСФО

Харина Надежда Леонидовна

студентка

Курский государственный технический университет, Курск, Россия

E-mail: glukosa@rekom.ru

Развитие рыночных отношений в стране, установление долгосрочных торговых связей, создание организаций с иностранными инвестициями и выход ценных бумаг на международный рынок требуют устранения трудностей в понимании зарубежными партнерами информации, содержащейся в бухгалтерской отчетности российских организаций. Переход на международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), кроме того, является необходимым условием проходящей в стране реформы бухгалтерского учета. В статье рассмотрены некоторые вопросы трансформации

отчетности, составленной по российским правилам бухгалтерского учета (РПБУ) в отчетность по международным стандартам..

Трансформация бухгалтерской отчетности -это составление отчетности по определенным стандартам на основании путём корректировки статей имеющейся отчетности.

Получение отчетности, соответствующей требованиям МСФО, возможно в результате:

- ведения параллельного учёта;
- трансформации финансовой отчетности.

Ведение параллельного учёта подразумевает отражение фактов хозяйственной жизни в регистрах бухгалтерского учёта по операциям в соответствии с правилами МСФО. Таким образом, каждый факт хозяйственной жизни учитывается дважды: первый раз в системе учёта по российским правилам бухгалтерского учёта (РПБУ), второй -по МСФО. При построении параллельного учёта показатели финансовой отчетности по МСФО формируются на основе данных бухгалтерского учёта, осуществляемого по МСФО.

При трансформации отчетности показатели отчетности по МСФО формируются на основе данных отчетности, составленных по РПБУ, скорректированных на величину отличий в учёте и отчетности по РПБУ и МСФО.

Процедура трансформации отчетности имеет стандартную последовательность действий(этапы трансформации или форму). Вместе с тем содержание этих этапов зависит от множества факторов, ключевыми из которых является специфика финансово-хозяйственной деятельности компании и особенности организации бухгалтерского учёта. Первый определяет направление корректировок, второй- технику сбора информации.

Этапы трансформации отчетности, составленной по российским стандартам, в отчетность, составленную в соответствии с МСФО, могут быть следующими:

1. Подготовительный этап: определение цели и способа осуществления трансформации, стоимости и сроков работ.
2. Рабочий этап:

Анализ финансово-хозяйственной деятельности компании и системы бухгалтерского учёта по РПБУ (анализ учётной политики, рабочего плана счетов);

- Формирование учётной политики по МСФО на основе российских аналогов;
- Сбор информации для формирования трансформационных записей, построенный на отличиях в учёте по РПБУ и учёте по МСФО, а также достаточный для формирования информации, подлежащей раскрытию в соответствии с МСФО;
- Заполнение трансформационных таблиц (свод статей баланса);
- Сбор информации для составления отчёта о движении капитала и отчёта о движении денежных средств;
- Описание трансформационных записей, оценочных суждений и упрощений, принятых при осуществлении трансформации.

Учёт влияния гиперинфляции.

Пересчёт в иностранную валюту.

Формирование финансовой отчетности в соответствии с требованиями МСФО.

При трансформации отчетности применяется анализ сводных оборотов и остатков по счетам, субсчетам и номенклатурным группам. В остальном применяемые методы схожи.

К методам трансформации отчетности относятся:

- детализация остатков;
- рекласификация остатков;
- переоценка остатков.

Реализация таких методов связана с существенными затратами хозяйствующих субъектов, что отмечено в Концепции среднесрочного развития бухгалтерского учета и отчетности. В связи с этим необходимо тщательно подходить к созданию соответствующей технической базы подобных процессов. Нередко именно проблемы с технической базой и отсутствием квалифицированного персонала приводят к непредвиденным затратам и даже к невозможности реализации проекта. Поэтому проекты по трансформации отчётности или параллельному учёту должны являться составной частью технической политики предприятия.

Основные направления реструктуризации банковской системы России

Харламов Георгий Александрович

студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: georgie-porgie@hotmail.ru

Российские банки находятся в эпицентре отечественной экономики и являются неотъемлемой частью хозяйственного комплекса нашей страны. Анализируя более чем десятилетний период их становления и развития, можно выделить несколько основных моментов. Во-первых, произошло изменение роли банков в экономике страны. Во-вторых, было создано правовое пространство деятельности кредитных организаций. В-третьих, стала осуществляться интеграция российской банковской системы в мировой финансовый рынок. В-четвёртых, коммерческими банками и системой в целом накоплен определённый опыт преодоления кризисных ситуаций и осознана необходимость реструктуризации.

Однако существуют и проблемы в банковской деятельности. В течение всего периода радикальных реформ практически не выполнялась основная функция – трансформация сбережений в инвестиции. Существовал отрыв от реальной экономики, вызванный базовыми деформациями хозяйственной системы. Сохранились крайне ограниченные масштабы краткосрочных кредитов и фактически отсутствовали долгосрочные кредиты реальному сектору экономики. Длительное время наибольший объём в банковских активах занимали вложения в государственные ценные бумаги и иностранную валюту. Отсутствовал межбанковский кредитный рынок.

Последствиями кризиса 1998 г. стали потеря коммерческими банками значительного объёма своих ресурсов, замораживание наиболее ликвидных активов, вынужденная ликвидация активов для удовлетворения ажиотажного спроса на денежную наличность. Оказался парализованным внутренний банковский рынок. Произошли сбои в работе платёжной системы, рядом банков были остановлены платежи своих клиентов, включая платежи в бюджет всех уровней и во внебюджетные фонды. Банковская система не смогла выполнять функцию по обслуживанию хозяйственного оборота страны, что усилило демонетизацию экономики. Обязательства банков перед российскими и иностранными кредиторами и клиентами не были выполнены, что привело к потере доверия к ним населения, предприятий и иностранных партнёров. Именно вследствие потери доверия ко всей банковской системе экономике страны был нанесён наибольший ущерб, преодолеть который не удаётся до сих пор. В структуре банковской системы значительный удельный вес заняли неплатёжеспособные кредитные организации. Капитальная база кредитных организаций существенно ослабла.

Все эти и многие другие проблемы свидетельствуют о необходимости реструктуризации банковской системы страны. Основными задачами банковской реструктуризации на современном этапе являются: повышение уровня капитализации кредитных организаций; определение количественной и качественной структуры банковской отрасли; достижение соответствия реформируемой банковской системы

федеративному устройству нашей страны; стимулирование ответственного поведения кредитных организаций на рынке финансовых услуг; преодоление административной направленности реформ; демонополизация рынка банковских услуг и стимулирование конкуренции; внедрение прогрессивных технологий ведения банковского бизнеса и выпуск новых финансовых инструментов.

Перед банковским сообществом стоит среднесрочная задача выхода банковского сектора на траекторию устойчивого роста реальных объёмов операций и капитальной базы. Необходимо сведение к минимуму влияния проблемных банков на состояние банковской системы в целом, а также экономически обоснованное расширение кредитования нефинансового сектора экономики.

Необходим серьёзный пересмотр системы налогообложения банковской деятельности. В частности, освобождение от налогообложения прироста курсовой стоимости иностранной валюты, внесённой в уставный капитал, существенно расширит возможности банков по наращиванию капитала. Целесообразно также рассмотреть возможность установления для банков такой же ставки налогообложения прибыли, как и для производственных предприятий. Также возможно исключить из налогооблагаемой базы налог на прибыль, суммы резервов, формируемых банками на возможные потери, в том числе по ссудам. При включении затрат на формирование резервов в себестоимость банковских услуг у банков возрастут возможности по кредитованию реальной экономики.

Действующее законодательство не предусматривает запрета на совершение кредитными организациями сделок, направленных на удовлетворение требований кредиторов, с момента отзыва лицензии до начала ликвидационных процедур. Это позволяет руководству банков, у которых отозвана лицензия, их кредиторам и должникам осуществлять отдельные сделки, которые явно идут в ущерб интересам общей массы кредиторов и вкладчиков. Подобное положение вещей приводит к тому, что при начале осуществления ликвидационных процедур в балансе кредитных организаций остаются неликвидные активы. В то же время, обязательных резервов, депонированных в Банке России, бывает недостаточно даже для удовлетворения требований кредиторов первой очереди.

Следует отметить, что реструктуризация банковской системы проходит в условиях ограниченности государственных средств. Нужно создание стимулов для капитализации и расширения ресурсной базы банков, совершенствование законодательной базы банковской деятельности, укрепление системы банковского надзора.

Совершенствование надзора включает следующие направления. Совершенствование требований, предъявляемых на стадии лицензирования банковской деятельности. Особое внимание необходимо уделять анализу финансового положения учредителей (участников) кредитной организации. Продолжение работы по практическому внедрению методик надзора на консолидированной основе. Необходимость расширить содержание аналитической работы, дополнив оценку традиционных кредитных рисков и рисков ликвидности оценкой рыночных и операционных рисков. Совершенствование порядка формирования резервов на возможные потери. Необходимо расширить состав инструментов, по которым банки должны формировать резервы на возможные потери. Развитие внутрибанковского управления рисками.

Развитие наиболее перспективного в условиях наметившегося экономического подъёма страны направления банковских операций – кредитования реального сектора – наталкивается на ряд существенных и труднопреодолимых ограничений. Наиболее существенным из них являются высокие риски кредитования российских предприятий. Несмотря на снижение общих рисков кредитования реального сектора за счёт улучшения макроэкономической ситуации, условий сбыта продукции и роста прибыли,

остаются высокими институциональные элементы рисков, в первую очередь неэффективная система налогообложения производственной и финансовой деятельности, узость законодательной базы в сфере защиты прав кредиторов, недостаточная прозрачность финансовой отчетности предприятий.

В складывающихся новых экономических условиях, когда риски снизились и наблюдается их дальнейшее снижение, банкам необходимо активно развивать у себя службы кредитного анализа, не упускать возможностей прибыльного вложения средств. На базе информации этих служб банки будут способны активизировать своё участие в кредитовании реального сектора, оказывать эффективную помощь предприятиям в осуществлении модернизации производства. В настоящее время банки должны искать относительно новые сферы применения капитала. Банк России считает, что важным и перспективным направлением является активизация ипотечного кредитования, включая создание нового сегмента фондового рынка – рынка закладных и облигаций, обеспеченных ипотекой. Ипотечное кредитование населения во всех странах является эффективной формой роста валового накопления в экономике. Развитие потребительского кредита также является перспективным направлением деятельности банков.

Литература

1. Стратегия развития банковского сектора Российской Федерации, 2001 г.
2. Банковская система России. Настольная книга банкира. Книга I. Редакционная коллегия: Грязнова А.Г., Молчанов А.В., Тавасиев А.М., Лаврушин О.И., Питателев В.А., Панова Г.С. М., 1995 г.
3. Геращенко В.В. О денежно-кредитной политике и ходе реструктуризации банковской системы. Деньги и кредит №6, 2000.
4. Банковское дело. Под ред. В.И. Колесникова, Л.П. Кроливецкой. М., 1999.

Современные аспекты развития МСФО

Чайкина Алла Борисовна

студентка бакалавриата) 3-го курса, ,

Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: cniiad@stgau.ru

Одним из общепризнанных в современном мире способов обеспечения реальности картины бизнеса компании является подготовка информации в строгом соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО). Абсолютное большинство национальных систем отчетности не дает инвесторам, партнерам, клиентам, да и обществу в целом столь же точного, верного и понятного представления о финансовом состоянии компании и финансовых результатах ее деятельности. Между тем сегодня во многих странах, в том числе в России, общение между участниками рынка происходит, как правило, на базе финансовой отчетности, составленной именно по национальным стандартам. Наивно полагать, что собранные воедино показатели такой отчетности дают объективную картину экономики. Она живет в ирреальном пространстве неточных цифр и сделанных на их основе неверных выводов.

Как правило, когда говорят о международных стандартах, подразумевают либо IAS (International Accounting Standards) - европейские стандарты, либо GAAP (Generally Accepted Accounting Principles) - американские. В России, по всей видимости, за основу возьмут именно IAS. Несмотря на схожую позицию по отдельным вопросам ставить знак равенства между стандартами IAS и GAAP нельзя. МСФО являются принципами составления бухгалтерской отчетности, тогда как GAAP - это правила ведения бухгалтерского учета. Это является их концептуальным отличием. Другими словами, IAS не дают четких указаний, как вести себя в той или иной ситуации, они обозначают направление, в котором нужно работать. Согласно этим стандартам, главная цель

финансовой отчетности - предоставить пользователям достоверную информацию о деятельности компании. Средства, которые будут способствовать достижению этой цели, компания выбирает самостоятельно.

Именно по этому в настоящее время международные стандарты финансовой отчетности и вопрос регулирования бухгалтерского учета являются главной проблемой. По этим вопросам существует две точки зрения. Минфин придерживается позиции, что основные рычаги регулирования учета должны остаться в руках государства. Однако Минэкономразвития придерживается иной позиции. Здесь придерживаются мнения, что на МСФО переходить нужно, а регулирование бухгалтерского учета следует передать общественным объединениям бухгалтеров и как можно скорее. Основные разногласия министерств отражаются в определении количества отчетностей, которые должны функционировать на территории России.

МСФО - следующая, более высокая ступень развития бухгалтерского дела. Активы показываются в отчетности по МСФО в суммах реальных экономических выгод, заключенных в них, т. е. дают возможность судить о действительном потенциале компании. Сделки и операции интерпретируются на основе экономического содержания, невзирая на правовую форму. Отчетность, составленная по МСФО, понятна и сравнима по всему миру. Информация, раскрываемая в ней, несет значительный прогностический потенциал. Возможно, стоит стремиться подняться на эту более высокую ступень и преодолеть многочисленные препятствия и сопротивление. Затягивание внедрения МСФО есть не что иное, как противодействие прогрессу, сдерживание общественного развития, а значит, действие против интересов общества. МСФО упрощают выход на рынок, способствуют снижению затрат на привлечение капитала. Однако сама по себе отчетность по МСФО не может гарантировать приток инвестиций. Составление отчетности по МСФО проще, чем составление отчетности по национальным стандартам. В действительности применение МСФО требует совершенно новых знаний и навыков работы. Они не являются сводом строгих, детальных правил - это скорее набор принципов и требований. Подход к их реализации специалист определяет сам, исходя из конкретной экономической ситуации, сущности сделки, а не только и не столько из ее правовой формы.

Таким образом, в настоящее время дискуссия на тему МСФО в России ведется в новом направлении. На повестке дня вопрос о том, как организовать внедрение МСФО, а не вопрос, нужны ли России МСФО. Поскольку составление отчетности по МСФО и внедрение принципов, предусмотренных международными стандартами, активизирует привлечение отечественных и зарубежных инвесторов и ссудодателей, заинтересованных в прозрачной единообразной финансовой отчетности, обеспечивающей надежное измерение результатов деятельности. Информация, сформированная на принципах МСФО, может также использоваться для оценки эффективности управления, определения возможностей компании стимулировать труд работников и для принятия решений в ходе повседневной коммерческой деятельности.

Проблемы анализа финансовой отчетности

Чекунова Светлана Николаевна

соискатель

Волжская государственная академия водного транспорта, Нижний Новгород, Россия

E-mail: 351522@mail.ru

При проведении анализа состояния потенциального партнера или контрагента, основным источником информации является бухгалтерская отчетность. Таким образом, финансовый анализ, а именно "анализ финансовых показателей, которые отражают финансовые результаты деятельности и финансовое состояние организации"¹, является

¹ Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. М, 2004.

необходимым для эффективного планирования и осуществления деятельности на рынке. Поскольку целью любой компании является получение прибыли, методы финансового анализа, направленные на определение способности компании получать прибыль, имеют первостепенное значение. Наиболее распространенным методом финансового анализа является анализ отчетных данных при помощи коэффициентов, при этом наибольший вес, соответственно, имеют данные отчета о прибылях и убытках.

Существует несколько общепринятых методик анализа финансовой отчетности при помощи коэффициентов и большинство из них, при последовательном использовании, позволяют получать сравнимые результаты. Несмотря на тот факт, что последовательность и сравнимость результатов имеют большое значение, достоверность получаемых результатов, как и достоверность анализируемых отчетных данных часто оставляет желать лучшего. Достоверность или "качество" отчетных данных уже несколько лет является предметом горячего обсуждения. Предлагаются методики оценки "качества" отчетных данных на основе набора показателей. При этом, однако, необходимо принимать во внимание, что большая часть искажений является следствием соблюдения требований существующих стандартов бухгалтерского учета.

По некоторым строкам отчета о прибылях и убытках анализ позволяет выявить многочисленные искажения. Например, увеличение выручки от реализации в одном периоде может быть обусловлено увеличением спроса на товары или услуги компании, или способом признания выручки от реализации. Искажения по строке выручки становятся более значительными, если компания реализует товары подотчетным компаниям, или мелким дилерам и, соответственно, имеет возможность регулировать объем продаж или оговаривать льготные условия возврата. Часто потенциальным признаком наличия искажений является увеличение выручки от реализации в четвертом квартале при отсутствии сезонности спроса.

Строка управленческих расходов позволяет судить не только об уровне постоянных, фиксированных расходов компании. Помимо того, что постоянные расходы могут служить хорошим показателем для оценки рентабельности отдельной фирмы, вследствие необходимости их покрытия в каждом периоде вне зависимости от уровня выручки, эти расходы отражают последствия управленческих решений. Например, по этой строке часто учитываются результаты "большой стирки", а именно массового списания активов, а также разнообразных реорганизаций. "Большая стирка" может предприниматься компаниями в целях сокрытия низкой прибыли, и результаты анализа при помощи коэффициентов не позволяют получить достоверную картину состояния компании. Последствия подобных искажений требуют постатейного анализа отраженных расходов, поскольку они могут включать расходы, относящиеся к обычной деятельности, а также равномерного распределения расходов на несколько лет для получения достоверных результатов. Необъяснимое увеличение по строке управленческих расходов также может свидетельствовать о принятии необдуманных управленческих решений, что, в свою очередь требует анализа структуры управления и системы компенсации руководителей.

Необходимо также учитывать искажения, которые являются результатом учетной политики компании, а также управленческих решений. Например, по строке прочих операционных расходов, включающей арендные платежи, можно судить о количестве активов, участвующих в получении прибыли. Размер арендных выплат должен соответствовать сумме активов на балансе компании, поскольку выбор краткосрочной (операционной) аренды или долгосрочной аренды (финансового лизинга) значительно влияет на рассчитываемые коэффициенты, в частности на показатель фондоотдачи (ROA).

Таким образом, для проведения анализа бухгалтерской и финансовой отчетности при помощи коэффициентов, необходимо оценивать учетную политику компании, степень свободы, предоставляемую компаниям в отношении оценки уровня затрат, доходов и расходов, а также недостатки существующих стандартов бухгалтерского учета, которые могут негативно повлиять на достоверность результатов анализа.

**Финансовый аспект диалектики бренда и торговой марки:
что оплачивает потребитель?**

Шаромов Андрей Валентинович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: sharomov@hotmail.com

Актуальность исследования бренда связана с увеличивающейся конкуренцией между российскими производителями, серьезным обострением этой борьбы после ожидаемого вступления России в ВТО. Все исследователи торговых марок, брендов, отмечают наличие финансовых преимуществ у известных торговых марок. Потребители готовы оплачивать «нечто», что трудно вскрыть традиционными средствами финансового анализа, например, нельзя увидеть в бухгалтерской отчетности.

Анализ диалектики торговой марка – бренд активно идет за рубежом и в России. Дэвид Огилви определяет бренд как торговую марку плюс неосязаемую сумму свойств продукта, сочетание впечатлений и опыта использования товара потребителями.

Причины и механизмы появления у торговой марки дополнительных привлекательных свойств трактуется разными исследователями по-разному. Американский лидер экономической аналитики Том Питерс пишет о том, что бренд стремится удовлетворить мечту потребителя. Эксперт вводит термин дримкетинг (dreamketing = dream + marketing), увязывает появление бренда с созданием в процессе брендинга глубоких впечатлений и эмоций. (Том Питерс, Представьте себе!, М., 2004). К этой точке зрения, так или иначе, примыкают профессора Стокгольмской школы бизнеса Й.Риддерстрале и К.Нордстрем (Караоке-капитализм, М., 2004), ряд других зарубежных и российских исследователей: И.Я.Рожков, В.Л.Музыкант, А.В.Ульяновский, М.И.Яндиев и др.

Предельный вариант такого понимания бренда выражен словами руководителя фирмы легендарного бренда мотоциклов «Харлей-Дэвидсон»: «На самом деле, мы продаем 43-летнему бухгалтеру возможность одеться в черную кожу, проехать по маленьким городкам, и пусть люди его боятся» (Т.Питерс, указ.соч., с.116).

Языком научного анализа эту мысль можно выразить так: бренд превращает марку (рассказывающую о свойствах товара) в очень реалистичную историю об идеальном, более лучшем, «чудесном» мире. Бренд создает, а покупатели потребляют такую версию реальности, которая стремится удовлетворить высшие (по А.Маслоу) потребности человека – мечты, стремление к идеалу, самореализацию, а торговая марка – более низшие. Можно сказать, что пространство марки наполнено рекламой свойств товара, а пространство бренда наполнено презентацией атрибутов «совершенной», идеальной реальности. Однако история о «чудесной» реальности есть ни что иное, как миф. Миф в научно-философском (Платон, Элиаде, Барт, Кессиди, Юнг, Лосев и др.), а не обывательском понимании, как раз и представляет собой рассказ об одушевленной, идеальной, сверхъестественной реальности, существование которой воспринимается как данность. Используя механизмы мифологизации, мифологические пласты сознания, бренд формирует у потребителей устойчивые позитивные эмоции, долгосрочную лояльность, готовность платить более высокую цену за свой товар, услугу.

Редко встречаясь в предельно-чистом виде на практике (сравнительно «чистые» примеры – ролики пива «Тинькофф», ролики процессоров «Пентиум-4»), эта разница, тем не менее, может быть методологически проанализирована и превращена в инструменты бизнеса. В плоскости данного подхода признаки или, лучше сказать, инструменты брендинга следующие:

- отказ от информации о самом товаре в пользу рассказа об иной, «чудесной», идеальной реальности;

- одушевление товара или фирмы (использование в рекламе животных, сверхъестественных персонажей);
- гиперболизированное преувеличение одного (реже - нескольких) из свойств товара до степени сверхъестественного, «чудесного»;
- сознательное, настойчивое позиционирование товара (услуги, фирмы) как сакрального, культового;
- прямое (легко угадываемое) использование сюжетов, героев, атрибутов известных мифов.

Семантическая проблематика в подходах к изучению анализа финансового состояния организации

Шаталова Ираида Леонидовна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: sil@hotmail.ru

Традиционно, под *финансовым состоянием* понимается способность организации финансировать свою деятельность. Однако, в зарубежных и, всё чаще, в отечественных источниках встречается такое сочетание терминов, как «анализ финансового положения». При этом в Российской Федерации на законодательном уровне закрепилось понятие как «финансово-экономическое состояние», так и «финансовое положение».

В ходе изучения данного вопроса автор пришел к выводу, что такая терминологическая путаница связана с тем, что в отечественной науке сложился и устоялся термин «финансовое состояние», а в точном переводе с западных источников сложился термин «финансовое положение». Так, МСФО и Концепция бухгалтерского учета в рыночной экономике РФ используют «западный» аналог данного термина. Исходя из российских реалий автор далее использует термин «финансовое состояние» в своей работе. Финансовое состояние предприятия можно оценивать с точки зрения краткосрочной и долгосрочной перспектив. В первом случае критерий оценки финансового состояния — ликвидность и платежеспособность предприятия, т.е. способность своевременно и в полном объеме произвести расчеты по краткосрочным обязательствам. Под ликвидностью какого-либо актива понимают способность его трансформироваться в денежные средства, а степень ликвидности определяется продолжительностью временного периода, в течение которого эта трансформация может быть осуществлена. Чем короче период, тем выше ликвидность данного вида активов.

Говоря о ликвидности предприятия, имеют в виду наличие у него оборотных средств в размере, теоретически достаточном для погашения краткосрочных обязательств хотя бы и с нарушением сроков погашения, предусмотренных контрактами.

Платежеспособность означает наличие у предприятия денежных средств и их эквивалентов, достаточных для расчетов по кредиторской задолженности, требующей немедленного погашения. Таким образом, основными признаками платежеспособности являются: а) наличие в достаточном объеме средств на расчетном счете; б) отсутствие просроченной кредиторской задолженности.

Очевидно, что ликвидность и платежеспособность не тождественны друг другу. Так, коэффициенты ликвидности могут характеризовать финансовое положение как удовлетворительное, однако по существу эта оценка может быть ошибочной, если в текущих активах значительный удельный вес приходится на неликвиды и просроченную дебиторскую задолженность.

С позиции долгосрочной перспективы финансовое состояние предприятия характеризуется структурой источников средств, степенью зависимости предприятия от

внешних инвесторов и кредиторов. Каких-либо единых нормативов соотношения собственного и привлеченного капитала не существует. Тем не менее распространено мнение, что доля собственного капитала должна быть достаточно велика – не менее 60%. Условность этого лимита очевидна; например, высокорентабельное предприятие или предприятие, имеющее высокую оборачиваемость оборотных средств, может позволить себе относительно высокий уровень заемного капитала.

Главная цель анализа - своевременно выявлять и устранять недостатки в финансовой деятельности и находить резервы улучшения финансового состояния организации и её платежеспособности.

Финансовое состояние организации может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным. Способность организации своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе свидетельствует об её устойчивом финансовом состоянии.

Для оценки устойчивости финансового состояния организации используется система показателей, характеризующих изменения:

- структуры капитала предприятия по его размещению и источникам образования;
- эффективности и интенсивности использования капитала;
- платежеспособности и кредитоспособности, запаса финансовой устойчивости предприятия.

Анализ финансового состояния основывается главным образом на относительных показателях, так как абсолютные показатели баланса в условиях различных масштабов производства и инфляции сложно привести в сопоставимый вид. Аналитическая работа может проводиться в два этапа: 1) предварительная оценка или экспресс-анализ финансового состояния; 2) детализированный анализ финансового состояния.

В рамках экспресс-анализа целесообразно использовать следующую последовательность взаимосвязанных показателей:

- хозяйственные средства предприятия и их структура (содержит такие показатели, как величина хозяйственных средств в оценке нетто, основные средства, нематериальные активы, оборотные средства, собственные оборотные средства);
- основные средства предприятия (приводятся стоимостная оценка основных средств, в том числе активной их части по первоначальной и остаточной стоимости, доля арендованных основных средств, коэффициенты износа и обновления);
- структура и динамика оборотных средств предприятия (приводится укрупненная группировка статей второго раздела баланса, а также ряд специфических показателей, таких, как величина собственных оборотных средств, их доля в покрытии товарных запасов и др.);
- основные результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия (объем товарооборота, прибыль, рентабельность, уровень валового дохода, уровень издержек обращения, фондоотдача, выработка, показатели оборачиваемости);
- эффективность использования финансовых ресурсов (содержит показатели: всего финансовых ресурсов, в том числе собственных, привлеченных ресурсов, рентабельность авансированного капитала, рентабельность собственного капитала и др.).

Экспресс-анализ может завершаться выводом о целесообразности или необходимости более углубленного и детального анализа финансовых результатов и финансового положения.

Основной же целью детализированного анализа финансового состояния является более подробное изучение имущественного и финансового положения хозяйствующего субъекта, результатов его деятельности в истекшем отчетном периоде, а также

возможностей развития субъекта на перспективу. Он конкретизирует, дополняет и расширяет отдельные процедуры экспресс-анализа. При этом степень детализации зависит от желания аналитика.

В общем виде программа проведения углубленного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия выглядит следующим образом.

1. Построение аналитического баланса — нетто.
2. Оценка и анализ экономического потенциала.
- 2.1. Оценка имущественного положения и структуры капитала.
- 2.2. Анализ финансового положения:
 - оценка ликвидности,
 - оценка финансовой устойчивости.
3. Оценка и анализ результативности финансово-хозяйственной деятельности:
 - 3.1. Анализ оборачиваемости.
 - 3.2. Анализ рентабельности.
4. Разработка мероприятий по улучшению финансового состояния предприятия.

Теоретические аспекты анализа и управления дебиторской задолженностью

Шевченко Мария Владимировна

студентка

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.Шухова, Россия

Необходимость всестороннего анализа данной проблемы вызвана в первую очередь тем, что существующая на данный момент система расчетов между предприятиями предполагает наличие несовпадающей по времени погашения обязательств дебиторской и кредиторской задолженностей. Наличие в структуре оборотных активов предприятия значительной доли просроченной или нереальной для взыскания дебиторской задолженности представляет прямую угрозу финансовой устойчивости предприятия, платежеспособности, а следовательно увеличивает вероятность возможного банкротства.

Анализ дебиторской задолженности ставит целью выработку оптимальной кредитной политики с учетом специфики производственной и отраслевой деятельности предприятия, наличия и возможностей потенциальных покупателей и кредиторов.

Необходимость увеличения объемов продаж вынуждает производителя идти на риск, предлагая клиентам, товарный кредит на слишком мягких условиях, которые не предполагают наличие штрафных санкций за несоблюдение сроков по договорам, наличие залога или иного обеспечения (поручительство, вексель и т. д.), наличия страховки. Вследствие чего, к проблемам анализа следует отнести не только внутренний анализ, но и проблемы оценки финансового состояния предприятий – контрагентов. Данными для анализа могут служить данные бухгалтерской отчетности, собственный опыт «общения» с данным покупателем, а также отзывы других партнеров потенциального покупателя.

В случае если возникнут сомнения в платежеспособности контрагента, предприятие сможет принять меры по минимизации риска, ужесточив условия предоставления кредита. Избирательный подход к клиентам помогает снизить возможный риск возникновения нереальной для взыскания задолженности, но при этом, предоставляя значительные скидки и другие привилегии надежным проверенным клиентам, предприятие сможет добиться ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности. В свою очередь ускорение оборачиваемости отвлеченных из оборота средств оказывает непосредственное влияние на сокращение операционного и финансового циклов, увеличение прибыли, как основной цели функционирования коммерческого предприятия. Используя такого рода кредитную политику, возможно

значительно оптимизировать структуру дебиторской задолженности, сократить долю просроченной задолженности.

Не стоит забывать и о том, что зачастую источником финансирования оборотных средств предприятия являются заемные средства (кредиторская задолженность). Следовательно, несбалансированность в объемах и сроках погашения соответствующих обязательств, может стать причиной кризисного финансового положения.

Для предотвращения такой ситуации необходим всесторонний и непрерывный анализ состояния денежных расчетов по структуре, срокам погашения в разрезе данных аналитического учета. Немаловажное значение будет иметь анализ и контроль состояния платежной дисциплины (своевременное предоставление актов сверок, напоминаний, писем и т.д.), а также выявление резервов ускорения документооборота.

Еще одним немаловажным моментом анализа следует считать выявление регулярного списания на убытки задолженности, по которой истек срок исковой давности (зadolженности не погашенные в срок и не обеспеченные гарантиями). Если такой факт имеет место, то в соответствии с законодательством предприятия вправе создавать резерв по сомнительным долгам (зadolженности не погашенные в срок и не обеспеченные гарантиями). Своевременное выявление в ходе инвентаризации расчетов долгов указанной категории позволит несколько укрепить финансовое положение. Особенностью учета безнадежных долгов является то, что уменьшить налогооблагаемую базу по налогу на прибыль возможно лишь, в случае если задолженность была истребована. Следовательно, принятие мер к взысканию, в любом случае даст положительный результат: либо возврат задолженности, либо экономию прибыли.

Если, в силу особенности структуры активного капитала, управление дебиторской задолженностью является одним из ключевых моментов для устойчивого функционирования предприятия, есть смысл рассмотреть возможность использования для анализа различные автоматизированные системы. Создание новых или использование предлагаемых авторами – разработчиками программных продуктов аналитических таблиц, может значительно облегчить и ускорить процесс анализа (особенно при значительном количестве предприятий – контрагентов), кроме того появляется возможность оперативного принятия решений.

Современные тенденции динамики автострахования

Шиянова Анастасия Александровна

студентка бакалавриата) 4-го курса, ,

Ставропольский государственный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: Armen83@rambler.ru

Страховой рынок - это особая социально-экономическая среда, определенная сфера экономических отношений, где объектом купли-продажи выступает страховая защита, формируется спрос и предложение на нее. Объективная основа развития страхового рынка - необходимость обеспечения бесперебойности воспроизводственного процесса путем оказания денежной помощи пострадавшим в случае непредвиденных неблагоприятных обстоятельств.

Страховая компания - это исторически определенная общественная форма функционирования страхового фонда, представляет собой обособленную структуру, осуществляющую заключение договоров страхования и их обслуживание.

На российском страховом рынке ОАО «РЕСО-Гарантия» является одним из лидеров по добровольному автострахованию и занимает второе место в РФ по обязательному страхованию автогражданской ответственности. За минимальное время компания предоставляет клиенту самые актуальные услуги по автострахованию. По одному полису можно застраховать автогражданскую ответственность, автомобиль от

угона и повреждения, дополнительное оборудование автомобиля, а также водителя и пассажиров от несчастного случая.

Страховая компания «РЕСО-Гарантия» имеет лицензию Министерства финансов РФ № 1526Д на 80 видов страхования и предоставляет страховые услуги сотням тысяч юридических лиц. Клиентами являются более 3 млн. человек по всей России. Уставной капитал компании составляет 3,1 млрд. рублей. Общий сбор страховой премии за 9 месяцев 2004 года превысил 16,1 млрд. рублей. На рынке компания знает по безупречному выполнению своих обязательств. За 9 месяцев 2004 года выплаты по всем видам страхования превысили 5,7 млрд. рублей. ОАО «РЕСО-Гарантия» имеет более 370 филиалов в Москве, Подмоскowie и регионах России. Являясь одним из лидеров по ОСАГО (за 2004 год заключено более 2 млн. таких договоров), компания выплатила за этот период свыше 1,9 млрд. рублей и урегулировала 72,5 тыс. страховых случаев.

По Ставропольскому краю филиал ОАО «РЕСО-Гарантия» занимает лидирующее положение по общему объему собранной премии (кроме медицинского страхования) за 2004 год, он составил 145 687 тыс. рублей.

За 2004 год было заключено 43 512 тыс. договоров по ОСАГО на общую сумму 71 171 633 млн. рублей. Из 1 724 случаев обращения за страховыми выплатами 1 500 были успешно урегулированы на общую сумму 39 663 881.

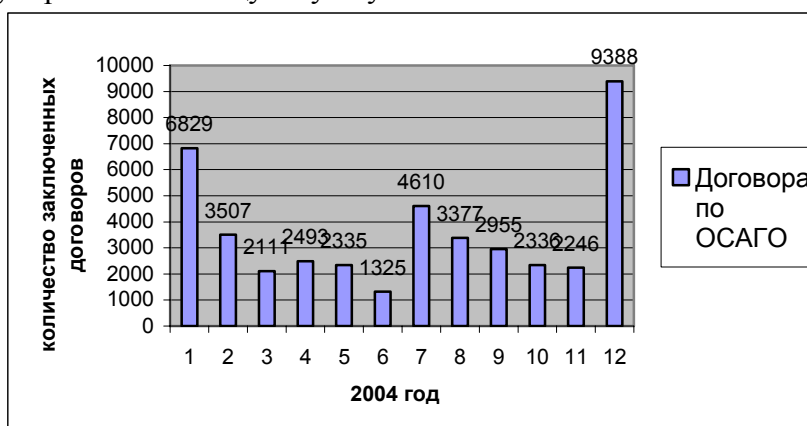


Рисунок 1. Количество заключенных договоров по ОСАГО за 2004 год (по данным филиала ОАО «РЕСО-Гарантия» г. Ставрополь)

В 2004 году Ставропольский филиал ОАО «РЕСО-Гарантия» продал 4 897 полисов КАСКО на общую сумму 39 160 683 млн. рублей. Выплаты за 10 месяцев 2004 года составили 14 743 046 млн. рублей. ОАО «РЕСО-Гарантия» предоставляет своим клиентам не только большой перечень видов страховых услуг, но и необходимое чувство стабильности, надежности и уверенности. Говоря о страховании, каждый 4 в Ставропольском крае имеет в виду страховой полис «РЕСО-Гарантии».

Анализ динамики договоров показывает резкий скачок числа застраховавшихся в декабре 2003 и январе 2004, что вызвано вступлением в силу закона об обязательном страховании автогражданской ответственности. В декабре 2004 наивысший показатель из-за продления договоров по ОСАГО и увеличения числа вновь застраховавшихся автовладельцев. В перспективе данная динамика распределения по месяцам не сохранится и рост получивших полис ОСАГО будет распределяться равномернее.

Проблема использования хеджирования как одного из способов управления рисками

Шкатова Анастасия Александровна

студентка

Самарский государственный университет, Самара, Россия

E-mail: Shkatova@63.ru

Вопрос хеджировать или не хеджировать риск продолжает ставить в тупик многие корпорации. В основе этих трудностей лежит недостаточное понимание сути риска,

сомнения относительно стоимости хеджирования и трудности выбора таких средств хеджирования, которые были бы одобрены руководством компании.

Целью данной работы является прояснение основных вопросов, относящихся к проблеме управления рисками.

Хеджирование – это страхование рисков от неблагоприятных изменений цен на любые товарно-материальные ценности по контрактам и коммерческим операциям, предусматривающим поставки (продажи) товаров в будущих периодах.

Эффективная программа хеджирования не ставит целью полностью устранить риск, а разрабатывается для трансформации риска из неприемлемых форм в приемлемые. Основная проблема — определить допустимые типы риска и те, которые компания предпочитает передать другим участникам рынка с помощью хеджирования. В данной работе выделяется шесть этапов, помогающих определить, готова ли компания извлечь выгоду из программы хеджирования.

- 1. Идентификация рисков.** Прежде, чем принимать какие-либо решения о хеджировании, руководство компании должно определить риски, которым подвержена компания. Эти риски, в общем случае, относятся к двум категориям: операционные риски и финансовые риски. При определении того, какой риск хеджировать, необходимо различать риски, влекущие дополнительные выгоды для компании, и риски, дополнительных выгод не предполагающие.
- 2. Различение хеджирования и спекуляции.** Одной из причин, по которой менеджеры по рискам настороженно относятся к хеджированию, является то, что они связывают использование средств хеджирования со спекуляцией. Правильно построенный хедж всегда уменьшает риск, в то время как отказ от хеджирования подвергает компанию дополнительному риску. Еще одна причина - отсутствие хеджирования часто остается незамеченным для руководства компании, в то время как стратегии хеджирования, призванные уменьшить риск, являются объектом повышенного внимания. Корпоративные менеджеры по рискам должны информировать руководство о рисках, которым компания естественным образом подвергается, отказываясь от хеджа.
- 3. Оценка затрат на хеджирование по сравнению с затратами на «нехеджирование».** Стоимость хеджирования может иногда заставить менеджера по рискам отказаться от него. Несомненно, некоторые стратегии требуют денежных затрат. Однако, для того, чтобы аккуратно оценить стоимость хеджирования, менеджер по рискам должен оценить ее с точки зрения возможных потерь в случае отказа от хеджа. В большинстве случаев, такие скрытые потери — это потенциальные убытки, которые компания может понести при неблагоприятном изменении рыночных факторов. С этой точки зрения, стоимость уменьшения риска должна оцениваться тем же способом, каким оценивается стоимость обычного страхования, т.е. относительно потенциальных потерь.
- 4. Определение оптимального способа измерения эффективности хеджирования.** Еще одной причиной отказа от хеджирования, часто приводимой менеджерами по рискам, является нежелание показывать в отчетности убытки по транзакциям с производными инструментами. Это нежелание отражает широко распространенную путаницу в выборе правильной точки отсчета для измерения эффективности хеджа. Основа верной оценки эффективности всех транзакций с производными инструментами, включая хеджирование, лежит в изначальном определении целей таких операций.
- 5. Изучение инструментов хеджирования.** Последний фактор, препятствующий хеджированию — недостаточное знакомство со стороны менеджеров по рискам с инструментами хеджирования; многие из них находят эти средства трудными для понимания. На самом деле, большинство решений, основанных на производных, строятся из двух базовых инструментов: форвардов (фьючерсы, соглашения

о будущей ставке, свопы) и опционов (опционы типа «колл», «пут», кэпы, флоры, свопционы). Менеджер, понимающий эти инструменты, без труда освоит более сложные, являющиеся просто комбинациями двух базовых конструкций.

- **Разработка системы контроля.** Как и любая другая финансовая деятельность, программа хеджирования требует разработки внутренней системы правил и процедур. Эта система обычно оформляется в виде документа «Политики хеджирования», которая определяет цели, для достижения которых может использоваться хеджирование, устанавливает лимит на количество одновременно открытых хеджерских позиций.

Хорошо построенная программа хеджирования уменьшает как риск, так и затраты. Хеджирование высвобождает ресурсы компании и помогает управленческому персоналу сосредоточиться на аспектах бизнеса, в которых компания имеет конкурентное преимущество, минимизируя риски, не являющимися центральными для основного бизнеса. В конечном итоге, хеджирование увеличивает капитал, уменьшая стоимость использования средств и стабилизируя доходы компании.

Анализ конкурентных ERP-систем

Шубин Егор Сергеевич

студент

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.Шухова, Россия

E-mail: e_shubin@list.ru

ERP-система — это набор интегрированных приложений, позволяющих создать интегрированную информационную среду (ИИС) для автоматизации планирования, учета, контроля и анализа всех основных бизнес-операций предприятия.

В общем случае при внедрении ERP-системы предприятие получает следующие основные преимущества:

- Появляется возможность принимать более обоснованные и оперативные решения.
- Сокращается число ошибок персонала предприятия и ненужных операций за счет объединения корпоративной информации в едином депозитарии.
- Повышается производительность труда персонала предприятия.
- Улучшаются качество обслуживания клиентов и взаимоотношения с поставщиками, а также возрастают возможности увеличения числа клиентов и поставщиков.
- Стандартизируются и унифицируются бизнес-процессы (например, методы учета и контроля), а также управление персоналом.
- Улучшаются возможности прогнозирования и планирования деятельности предприятия (в частности, закупок материалов), что повышает эффективность всего производственного процесса.
- Сокращается срок выхода на рынок новых продуктов и услуг (time-to-market) за счет оптимизации бизнес-процессов и производственных операций (например, уменьшения времени обработки заказа) и возможности создания изделий в рамках ИИС.
- Сокращаются издержки на управление, непродуктивные расходы и себестоимость продукции.
- Улучшаются возможности управления оборотными средствами за счет значительного уменьшения складских запасов, а, следовательно, увеличиваются оборачиваемость товаров и доходы предприятия.

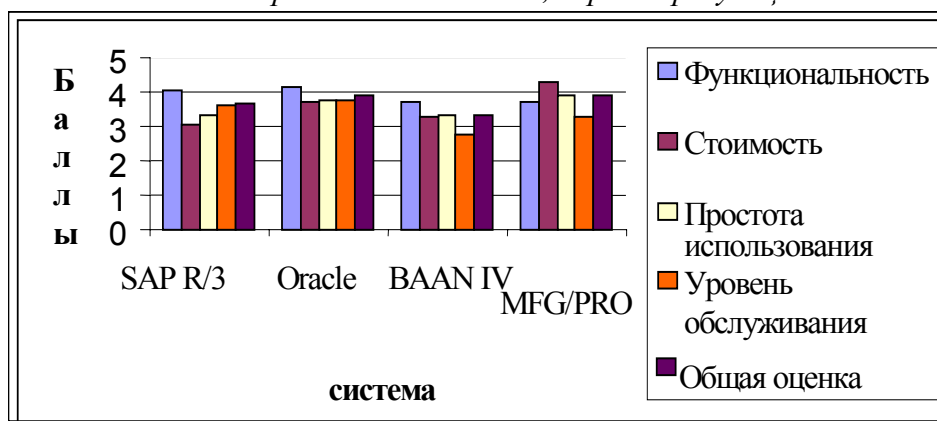
Несмотря на неоспоримые достоинства ERP-систем, нельзя не сказать о ряде проблем, с которыми сталкиваются их пользователи.

- Неэффективность внедрения.
- Сложность эффективной интеграции ERP-систем с приложениями третьих фирм.
- Низкая производительность ERP-систем при интеграции их с приложениями электронного бизнеса.
- Ограниченные аналитические возможности ERP-систем и недостаточная поддержка процессов принятия решений. ERP-системы хорошо справляются с получением и хранением данных, когда же дело доходит до анализа и обработки информации, то возможности ERP-систем оказываются весьма ограниченными.

Слабые возможности по генерации отчетов (особенно сложных). В большинстве ERP-систем реализованы возможности получения только статичных (хотя и комплексных) отчетов. Существующие генераторы отчетов имеют весьма ограниченные возможности "погружения" вглубь данных по вертикали и совершенно не позволяют перемещаться между данными по горизонтали. В результате, даже обычные отчеты часто представляются в различных форматах и отображают информацию по одному и тому же запросу по-разному.

Нами проведена оценка и сравнение ERP-систем основных производителей по следующим характеристикам: функциональность (полнота функциональных возможностей), стоимость (соответствие стоимости и качества), простота использования, обслуживание и поддержка системы, общая оценка.

Сравнительная гистограмма показателей, характеризующих ERP-системы



Оптимизация управления денежными средствами в компаниях новых видов бизнеса

Шуклов Лев Викторович

аспирант

Липецкий государственный технический университет, Липецк, Россия

E-mail: levshuk@lipetsk.ru

В настоящее время все большую актуальность приобретают такие новые виды бизнеса, такие как интернет-бизнес или контент – бизнес. Данные направления бизнеса являются новыми, и особенности управления финансами, в частности денежными средствами, в них изучены слабо. Большинство крупных компаний данных отраслей сейчас имеют значительные резервы повышения общей эффективности системы управления финансами путем совершенствования управления денежными средствами. Для остальных компаний это способ повысить свою кредитоспособность.

Методы и механизмы управления денежными средствами, четко отработанные в обычных видах бизнеса, такие как технология составления бюджета денежных потоков, оптимизация финансового цикла, управление свободным остатком денежных средств, не адекватны для применения в этой отрасли и нуждаются в адаптации, поскольку не учитывают специфику отрасли: высокие риски и изменения их приоритетов с ростом компании, динамичное изменение стратегических целей фирмы.

Выбор стратегии управления денежными средствами должен зависеть от того, какие риски значимы для компании в данный момент, на какой фазе роста находится компания и других условий. Поэтому необходимой процедурой в компаниях новых видов бизнеса является составление карты рисков. На основе анализа такой карты рисков должен формироваться состав методов управления денежными средствами. Так, в случае увеличения значения кредитных рисков нужно переходить к составлению бюджета денежных средств сверху вниз, применять модели управления свободным остатком денежных средств, адаптированные к специфическим отраслевым условиям. При увеличении значения рисков ответственности перед клиентом нужно акцентировать внимание на оптимизации финансового цикла.

Управление свободным остатком денежных средств, значение которого увеличивается при росте кредитных рисках, должно основываться на адаптации западных моделей (Миллера-Орра, Стоуна, Баумола). Российская и отраслевая специфика делает экономически неэффективным применение таких моделей без адаптации, поскольку свободный остаток денежных средств в исследуемых компаниях обладает высокой изменчивостью, (что противоречит, например, модели Миллера-Орра). В результате применение данных моделей без адаптации вызовет необоснованно частые конвертации денег в ценные бумаги и обратно. Соответственно адаптация данных моделей должна заключаться в сглаживании математических параметров, на которых основываются данные модели. У многих исследуемых контент - провайдеров, а также в интернет компаниях на начальной фазе развития финансовый цикл отрицательный. Отрицательная величина финансового цикла осложняет отношения с покупателями (снижает срок оплаты услуг) и с поставщиками (вызывает неплатежи), что при увеличении рисков потери клиентов и росте ответственности перед каждым клиентом приобретает важное значение. В такой ситуации увеличение финансового цикла до нулевого значения вызовет вымывание денежных средств у таких компаний и приведет к потребности в дополнительном финансировании. Поэтому в таких компаниях следует осуществлять плавный переход к минимальному положительному значению финансового цикла.

Большинство компаний не занимается моделированием организационных процессов как управления финансами в целом, так и управления денежными средствами. Такой подход приводит к политике мягких бюджетных ограничений внутри этих компаний. Моделирование таких процессов в компаниях нового вида бизнеса позволяет четко определить ответственных лиц за каждую процедуру управления денежными средствами, технологию выполнения данных процедур, необходимую исходную информацию для их осуществления. Моделирование процессов управления денежными средствами таких компаний должно осуществляться на основе международных стандартов IDEFX и должно включать такой элемент, как процедуры анализа рисков.

Таким образом, основным подходом к эффективному управлению денежными средствами в новых видах бизнеса является определение состава методов управления ими на основе карты рисков. Наибольшее значение в таких компаниях нужно предавать оптимизации финансового цикла, технологии составления бюджета денежных потоков и управлению свободным остатком денежных средств, но эффективность применения каждого данного метода зависит от конкретной рискованной ситуации на рынке.

**Оценка стоимости бренда МГУ им. М.В.Ломоносова
Шумаев Никита Вячеславович**

студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: nshumaev@mail.ru

В данной работе была предпринята попытка оценить стоимость бренда Московского Государственного Университета им. М. В. Ломоносова. Принципы оценки

основывались на уже разработанных и активно применяющихся методиках расчета стоимости бренда для производственных коммерческих предприятий и организаций.

Особенностью исследования явилось то, что до этого в нашей стране оценок брендов компаний, занимающихся непроизводственной деятельностью, а тем более ВУЗов, не осуществлялось. Так что данная работа была первой попыткой такого рода.

Другой примечательный факт работы также обуславливается упомянутой особенностью изучаемого объекта – точнее видом его деятельности – невозможно использовать существующие методы расчета стоимости бренда напрямую. Поэтому взятые за основу популярные методики были модифицированы автором с тем, чтобы сделать возможным их применение в оценке бренда МГУ. Всего же в исследовании использовалось 2 методики расчета.

Конечным итогом данного исследования стало получение двух оценочных величин стоимости бренда. По первому варианту расчета стоимость бренда была оценена в 240 млн. долл. США, второй вариант дал отрицательную оценку: –6 млн. долл. (все расчеты – по состоянию на конец 2003 года). Эти цифры, конечно, не означают, что данную сумму прямо сейчас можно «положить в карман» (240 млн.) или необходимо «достать» из него (-6 млн.). Однако они все же показывают относительное преимущество МГУ перед аналогичными «небрендированными» ВУЗами, выраженное в денежном выражении. В этой связи достаточно странным выглядит итог второй методики расчетов: -6 млн. долл. вряд ли можно назвать «преимуществом». Вообще же, надо учесть, что различные методики расчета стоимости бренда, должны давать значения примерно одного порядка. Однако, в нашем случае разница между двумя величинами (240 млн. долл. и -6 млн. долл.) чрезмерно велика. Данный результат по второй методике можно представить как *неиспользованное* «преимущество в денежном выражении». Но оно тем не менее может быть воплощено. И воплощено по-разному.

Автору представляется возможным два типа рассуждений по этому поводу.

Вариант 1. Второй вариант расчета представляет собой оценку стоимости скорее в ее динамике, так что отрицательную цифру (-6 млн.) можно интерпретировать как уменьшение стоимости бренда: университет не только не извлекает преимуществ из того, что владеет брендом, но попросту «проедает» его.

Вариант 2. Подобный разрыв как раз демонстрирует реализацию преимущества МГУ, предоставляемого ему его брендом. Воплощением этой реализации и итогом обсуждаемой цифры является относительная недоплата по стипендиям студентов-бюджетников и окладе профессорско-преподавательского состава (по этим показателям МГУ проиграл используемому в исследовании сравнительному ВУЗу-«аналогу»). А ведь данные элементы являются (согласно применявшейся методике расчета) составляющими бренда ВУЗа. Таким образом, налицо «недооценка» элементов бренда государством. С другой стороны, это может быть и сознательная недооценка – своего рода «эксплуатация» бренда: факт его существования и его силы (благодаря чему высококвалифицированные преподавательские кадры остаются работать в Университете, а студенты, несмотря на невысокую стипендию и повышающуюся плату за обучение все еще стремятся попасть в МГУ) позволяет осуществлять подобное бюджетное недофинансирование (относительно статуса и межвузовского положения) университета. Сказанное означает, что повышение стоимости бренда напрямую связано с увеличением бюджетного финансирования университета.

В целом по результатам работы автор пришел также к следующим выводам:

- В настоящее время университет «проедает» свой бренд. Обоснованием такому неутешительному выводу служит отрицательное значение стоимости.
- При сохранении этой тенденции через 12–15 лет, по расчетам автора, могут произойти необратимые изменения и бренд МГУ (даже еще не будучи «проеденным» полностью) может прекратить свое существование.

- Необходима разработка и реализация специальной программы по развитию и управлению брендом МГУ. Обоснование: необходимо в 12 раз повысить суммарную доходность составных элементов бренда. Именно колоссальность этой цифры не оставляет возможным ограничиться лишь отдельным разовым мероприятием по работе с брендом.
- В последнем президентском Послании Федеральному Собранию Российской Федерации ставятся задача планирования не бюджетного финансирования, а результатов. Исходя из поставленной Президентом России задачи, автор предлагает ректорату университета на вооружение следующий критерий оценки эффективности работы подразделений МГУ (факультетов, институтов и пр.): если подразделению удастся повысить плату за платные услуги без снижения числа клиентов до величины, включающей в себя стоимость бренда по первой методике, то его руководство эффективно.

Управление кредитными рисками в рамках изменения законодательства

Яковлева Ирина Анатольевна

молодой ученый, ,

Восточно-Сибирский Государственный Технологический Университет, Улан-Удэ, Россия

E-mail: catira@mail.ru

Кредитные риски банков являются наиболее значимыми с точки зрения потерь, понесенных банками в результате выполнения банковских операций.

Глобальные изменения, происходящие в финансовом секторе, требуют от современных банков пересмотра стратегий, связанных с управлением кредитными рисками. В последнее время достаточно большой общественный резонанс вызвал новый свод нормативов Базельского комитета, именуемых «Базель-2». Этот документ содержит рекомендации по совершенствованию банками техники оценки кредитных рисков и управлению ими, а также по развитию надзора над рисками, состоянием риск-менеджмента и рыночной дисциплины. Предполагается, что новое Базельское соглашение вступит в силу в ЕС в конце 2006 года.

В отличие от «Базеля-2», являющегося рекомендательным, разрабатываемая на его основе директива ЕС носит жесткий законодательный характер и будет применяться ко всем кредитным учреждениям и инвестиционным компаниям стран, входящих в Евросоюз. Под ее действие попадут также и крупные финансовые компании стран, не входящих в Союз, но осуществляющие на его территории банковскую деятельность, операции с ценными бумагами и инвестиционное управление.

Основное отличие свода нормативов «Базель-2» от предыдущего соглашения «Базель-1» состоит в новых подходах к оценке кредитных рисков. Предполагается, что у банков должны быть разработаны собственные рейтинговые системы, позволяющие классифицировать клиентов по степени надежности. Кроме того, этот документ предусматривает новые подходы к прозрачности, уточняет объем информации, которую кредитные организации должны предоставлять рынку и друг другу.

Новое Базельское соглашение «Залоговое обеспечение и кредиты» и директива ЕС «О достаточности капитала» повлекут за собой кардинальные изменения в работе и регулировании деятельности иностранных банков и инвестиционных компаний, а также существенно повлияют на их взаимоотношения с российскими финансовыми и банковскими организациями, ставшие неотъемлемой частью мирового банковского сообщества.

Действующие ныне в России нормативы банковского надзора полностью соответствуют соглашению «Базель-1», которое было подписано в 1988 году. ЦБ РФ стремится повысить уровень доверия к российским банкам и наметил переход в 2004

году российской банковской системы на отчетность в соответствии с международными стандартами, а в августе 2004 года вступило в силу новое положение ЦБ РФ №254-П – доработанная инструкция №62-а «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности» [2], пусть и не явно следующее «Базелю-2», но дающее значительный толчок для создания банками внутренних методик оценки финансового состояния заемщика и определения уровня начисляемых резервов. Способствовать развитию работы по формированию качественных методик анализа кредитоспособности в банках будет новый федеральный закон от 30.12.04г. № 218-ФЗ «О кредитных историях», вступающий в силу с 1.06.2005 г [1].

Конечно же, российским банкирам предстоит в ближайшее время ответить на вопрос, присоединятся ли они к «Базелю-2». Игнорирование «Базеля-2» может привести к тому, что перед национальными банками закроются двери на европейские финансовые рынки. Свод нормативов «Базель-2» предлагает новые подходы к оценке достаточности капитала. В первую очередь, документ предлагает несколько вариантов оценок кредитных рисков банков, начиная от самых простых до самых сложных, которые предполагают наличие у банков собственных внутренних рейтинговых систем, позволяющих банкам отнести заемщиков в ту или иную группу с точки зрения вероятных потерь. Понятно, что любая рейтинговая методика связана с обработкой больших объемов информации, что просто невысказимо без использования современного специализированного программного обеспечения. Примечателен так же и тот факт, что подобные рейтинговые методики просто не могут обойти стороной анализ финансовой устойчивости заемщика, главной информационной базой для которого всегда является финансовая (бухгалтерская) отчетность. Именно поэтому можно прогнозировать значительное увеличение интереса со стороны банков к специализированным финансово-аналитическим системам.

Список литературы:

1. Федеральный закон «О кредитных историях» № 218-ФЗ от 30.12.04г.// Legata@tula.net
2. Инструкция ЦБ РФ №254-П №62-а «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности» //www.cbr.ru
3. Софронова В.В., Дмитриева Н.Ю. «Управление кредитными рисками» // Финансы и кредит, 2004, № 1, с. 23-27.

Развитие и внедрение скоринговых систем в банковскую систему Украины как один из методов снижения кредитного риска

Ярьско Виктор Иванович

студент

Харьковский национальный экономический университет., Харьков, Украина

E-mail: yareskov@yandex.ru

Одной из наиболее актуальных, требующих к себе особого внимания в сфере банковского дела, является проблема управления кредитными рисками, поскольку именно кредитование является основным видом банковских операций.

На сегодняшний день существует проблема в соответствии с которой банки иногда не проводят полноценный анализ финансовой деятельности и кредитоспособности заемщика перед выдачей кредитов, выдают кредиты без экономических оснований, не проверяют целевое использование средств, либо же не проводят оценку реальной рыночной стоимости объектов залога, что приводит к нижеизложенным фактам (см. табл. 1). Как свидетельствует таблица с ростом кредитного портфеля банков Украины, растёт и уровень проблемных кредитов, что во многих случаях приводит к проблеме его невозврата.

Таблица 1 Некоторые показатели деятельности банков Украины на 1.12.2004г.

Название показателя	01.01.01	01.01.02	01.01.03г.	01.01.04	01.09.04
Кредитный портфель	23637	32097	46736	73442	91636
Проблемные кредиты	2679	1863	2113	2500	2681

Достаточно эффективным способом минимизации кредитного риска является скоринг. В самом упрощенном виде скоринговая модель представляет собой взвешенную сумму определенных характеристик. В результате получается интегральный показатель (score); чем он выше, тем выше надежность клиента, и банк может упорядочить своих клиентов по степени возрастания кредитоспособности. Итак, скоринг представляет собой автоматизированные системы оценки кредитного риска, которые широко используются в США и Западной Европе. Среди преимуществ скоринговых систем можно указать, в первую очередь, снижение уровня невозврата кредита. Далее можно отметить быстроту и беспристрастность в принятии решений, возможность эффективного управления кредитным портфелем, отсутствие необходимости длительного обучения персонала.

Перспективным является использование скоринг-систем для потребительского кредитования, а также малого и среднего бизнеса. Зарубежный опыт свидетельствует, что применение скоринг-систем именно в этих сферах даст неплохие результаты, поскольку это обеспечивается значительным сходством предприятий. Уже сейчас рынок кредитования населения развивается опережающими темпами. Конечно, пока объем кредитов, предоставленных украинскими банками юридическим лицам, в абсолютном выражении остается существенно более высоким, чем объем кредитов населению. Однако на сегодняшний день существует тенденция, согласно которой количество выданных кредитов физическим лицам существенно возрастает, потребительское кредитование становится одним из наиболее динамичных направлений развития банковского сектора, что связано в первую очередь с потребностью банков в новых прибыльных кредитных продуктах. И, как следствие, уже сейчас существует необходимость в автоматизированных системах оценки частных заемщиков, т. е. скоринге.

Учитывая то, что люди с течением времени меняются, меняются и социально-экономические условия, влияющие на поведение людей, поэтому скоринговые модели необходимо разрабатывать на выборке из наиболее «свежих» клиентов, периодически проверять качество работы системы и, когда качество ухудшается, разрабатывать новую модель. На Западе новая модель разрабатывается в среднем раз в полтора года, период между заменой модели может варьироваться в зависимости от того, насколько стабильной была экономика в это время. Для Украины, вероятно, максимальным периодом будет полгода.

Таким образом, следует отметить, что автоматизированные системы оценки рисков, основанные на новейших математических методах, могут существенно снизить кредитные риски, а использовать или не использовать их, какого уровня должна быть эта система, - зависит уже от решения самой кредитной организации, от того, насколько важен для нее рейтинговый бизнес, и какую долю в активах он занимает.

Список литературы:

1. Голубков Е. П. Маркетинг: выбор лучшего решения. М.: 1993.
2. Шермет А.Д. Методика финансового анализа. М.: 1996.
3. Ковалев В.В. Финансовый анализ М.: 1995.

ПОДСЕКЦИЯ «ЭКОНОМИКА ФИРМЫ»

О методах комплексной оценки эффективности деятельности
предприятий оптовой торговли

Андреева Рузанна Сергеевна

аспирантка

Московский университет потребительской кооперации, Москва, Россия

Для эффективной деятельности предприятий оптовой торговли необходимо использовать методы комплексной оценки эффективности. При этом используют детерминированные методы, уже разработанные и успешно используемые при подведении итогов работы структурных подразделений предприятий.

К методам детерминированной комплексной оценки относят: интегральный показатель комплексной оценки эффективности, который имеет вид: $K_j = \sum_{i=1}^n x_{ij}^{\phi} / x_{ij}^{\sigma}$,

где x_{ij}^{ϕ} , x_{ij}^{σ} — соответственно фактическое и базисное значения i -го показателя на j -м торгового объекта, $i=1,2,\dots, n, j=1,2,\dots, m$

Необходимым условием комплексной оценки эффективности при использовании интегральных показателей, полученных по приведенной выше формуле, является однонаправленность исследуемых показателей, т.е. увеличение (уменьшение) значения любого частного показателя расценивается как улучшение результатов эффективной деятельности, а соответственно уменьшение (увеличение) значения частного показателя — как ухудшение результатов деятельности производственного объекта. Однонаправленность частных показателей позволяет ранжировать торговые объекты по возрастанию (убыванию) значений интегрального показателя.

Оценка результатов эффективной деятельности предприятия оптовой торговли по методу сумм может строиться по различным частным показателям и не только в сравнении с планом, но и предыдущими периодами (оценка динамики) и с эталонными значениями показателей.

Метод геометрической средней предполагает расчет коэффициентов для оцениваемых показателей, таких, чтобы $0 < a_{ij} < 1$. За единицу принимается значение, соответствующее наиболее высокому уровню данного показателя.

Обобщающая оценка получается в виде коэффициента: $K_j = \left[\prod_{i=1}^n a_{ij} \right]^{\frac{1}{n}} ; j=1,\dots, m$.

Этот метод целесообразно применять при относительно малом числе оцениваемых показателей и в случае, если большинство их значений близко к единице.

В некоторых случаях применим метод коэффициентов, когда оценка получается умножением соответствующих коэффициентов: $K_j = \prod_{i=1}^n a_{ij} ; j=1,\dots, m$

Этот метод практически не отличается от метода средней геометрической.

К методам стохастической комплексной оценки относится метод двумерного шкалирования, позволяющий учитывать, кроме абсолютных значений показателей и степени варьирования, механизм влияния отдельных факторов на результаты деятельности. Этот метод по содержанию является как бы мостом между детерминированным и стохастическими методами, поскольку имеет характерные черты для обеих групп.

Во многих случаях задачу построения обобщающих оценок хозяйственной деятельности можно успешно решать, используя, **экспертно-статистические методы и метод компонентного анализа.**

В первом случае самостоятельное значение имеет обобщающая оценка $\varphi(x)$, характеризующая выполнение предприятием поставленных перед ним целей, выраженных через частные показатели эффективности. Задание целевой функции

$$\varphi_x = \sum_{i=1}^n c_i x_{ij} ; j = 1, \dots, m,$$

дает возможность интегрально оценить различные стороны деятельности с конечной целью их оптимизации.

Интегральная оценка эффективности деятельности представляет собой характеристику, полученную в результате комплексного исследования, т. е. одновременного и согласованного изучения совокупности показателей, отражающая аспекты хозяйственных процессов, и содержащую обобщающие выводы о результатах деятельности объекта на основе выявления качественных и количественных отличий от базы сравнения (плана, нормативов, достижений на других возможных вариантах развития). При этом комплексная оценка служит инструментом учета, анализа и планирования; индикатором научно-технического состояния хозяйственного объекта в изучаемой совокупности; критерием сравнительного оценивания торговой деятельности предприятий и их подразделений; показателем эффективности принятых ранее управленческих решений и полноты их реализации; основой выбора возможных вариантов развития торговли и показателей ожидаемых результатов в будущем.

При увеличении количества объектов и особенно показателей критериев оценки эффективности решение задачи усложняется. Задача сводится к определению комплексной оценки эффективности деятельности предприятий оптовой торговли на основе системы показателей с агрегированием различных приемов качественного и количественного анализа.

При проведении оценки эффективности деятельности предприятия ООО «Зерновая компания «Горхлебопродукт» был использован детерминированный метод, который позволил определить интегральный (комплексный) критерий с помощью метода сумм, где показатели определялись не только в сравнении с планом, но и предыдущими периодами (оценка динамики).

Осуществление этапов построения комплексной оценки эффективности деятельности оптового торгового предприятия связано с проблемами выбора целей оценки, определении системы оцениваемых показателей.

Таким образом, конкретные значения обобщающих оценок определяются не только трудовым вкладом коллективов исследуемых хозяйственных объектов, но во многом зависят от совершенства проведения этапов построения комплексных оценок.

Использование метода «6 сигм» как средства повышения качества продукции и экономии финансовых ресурсов

Артёмов Валентин Игоревич

Новоуральский Государственный Технологический Институт, (нусто), (нусто)

E-mail: dronishi@npi.novouralsk.ru

С развитием производства, ростом объемов выпускаемой продукции важным техническим и экономическим показателем становится процент брака. Поскольку цена брака переносится на качественную продукцию, то на рынке выигрывают фирмы с минимальным процентом брака. Учет, анализ, выводы и принимаемые меры приводят к активному использованию статистических методов. Вводится статистический приемочный контроль, в частности, строятся гистограммы, отражающие распределение объемов выпускаемой продукции по отношению к устанавливаемым браковочным признакам. Обычно под «сигма» понимают стандартное отклонение случайной величины от ее математического ожидания. На практике используют отклонение от арифметического среднего.

Исходной предпосылкой является полная случайность отклонений, т.е. отсутствие систематических причин, приводящих к смещению в ту или иную сторону. В этом случае распределение отклонений около среднего значения процесса будет хорошо аппроксимироваться *нормальным распределением*. Разброс значений случайной величины около наиболее вероятного значения характеризуется *дисперсией* (или *сигмой*). Если для процесса установлены некоторые контрольные пределы, выход значений за которые считается нежелательным событием, то чем больше сигма процесса умещается в данных контрольных пределах, тем меньше дефектов будет получаться при производстве.

Показатель числа дефектов на миллион единиц продукции составляет 3,4 при отклонении не более 4,5 сигма. Но это условие выполняется для стабильных процессов. Производственные процессы не отличаются стабильностью. Изобретатели методологии пришли к выводу, что отклонения процесса, вызванные его естественной нестабильностью, дают отклонения качества на уровне 1,5 сигма. Таким образом, если целевой уровень качества составляет 4,5 сигма, то с учетом 1,5 сигма на отклонения необходимо обеспечивать уровень качества в 6 сигма.

Значение 1,5 для смещения тоже не было взято случайно. Корпорация Моторола, которая считается одним из пионеров успешного внедрения концепции «Шесть Сигма», в результате тщательного исследования дала заключение о том, что со временем даже хорошо отрегулированный процесс может давать сдвиги в среднем значении до 1,5 сигма.

Термин «*шесть сигма*» произошел от стремления добиться такой дисперсии для процесса, чтобы ± 6 сигма уложилось в интервале от нижнего контрольного предела до верхнего. В этом случае, если даже смещение процесса достигнет 1,5 сигма, то число дефектов будет все равно очень низким. Причины смещения могут быть разными и зависеть от многих факторов на производстве.

Таким образом, «*шесть сигма*» означает 3,4 дефектных деталей на миллион деталей, что является практически бездефектным производством. Если удастся так модернизировать процесс, то экономия финансовых ресурсов достигает огромных размеров.

Литература

1. Кумэ Х. Статистические методы повышения качества. М., 1990, с. 304.
2. Сенге П. Пятая дисциплина. Искусство и практика самообучающейся организации. М., 1999, с. 408.
3. Холпин Дж. Бездефектность. Новый подход к проблеме качества. М., 1968, с. 336.
4. Швец В.Е. «Измерение процессов в современной системе менеджмента качества» // Методы менеджмента качества, 2001, № 1, С. 11-13.
5. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. СПб., 1997, с. 332.

Система принятия решения в лизинговой деятельности

Ахметзянов Ильшат Ришатович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: air@eam.ru

1. Место управления рисками в бизнес-процессах организации.

Оценка риска в настоящий момент заняла центральное положение в принятии управленческих решений всех форм. Наличие риска естественно для любой хозяйственной деятельности. Цель управления рисками – максимизация прибыли в долгосрочном периоде при различных сценариях развития ситуации. Контроль риска – это необходимое условие стабильности и непрерывности работы предприятия.

При подготовке доклада было проведено изучение работ как отечественных, так и зарубежных ученых-экономистов, материалы Госкомстата России, результаты конкретных

лизинговых операций в инвестиционной деятельности банков. Анализ показал, что большинство имеющихся научных источников посвящено анализу отдельно взятых проблем риска. Ощущается недостаток комплексного понимания природы возникновения инвестиционных рисков и системного подхода к управлению ими.

2. Специфика лизинговых операций.

Лизинговая деятельность считается инвестиционной и, соответственно, общие подходы в управлении рисками инвестиционной деятельности применимы и к лизингу. Однако у компаний-лизингодателей есть своя специфика работы на рынке капитальных услуг, и многие из вопросов риск-менеджмента лизинговой деятельности на сегодня остаются без ответа для отечественных специалистов-практиков.

Для формирования сбалансированного портфеля активов лизинговой компании необходимо учитывать факторы риска, присущие различным видам финансово-хозяйственной деятельности с учетом следующих особенностей данной отрасли:

- До завершающего платежа лизингодатель остается юридическим собственником оборудования, так что в случае срыва расчетов может востребовать это оборудование и реализовать его для погашения убытков.
- В случае банкротства лизингополучателя оборудование также в обязательном порядке возвращается лизинговой компании.
- Лизингодателем передаются лизингополучателю не денежные ресурсы, контроль над использованием которых не всегда возможен, а непосредственно средства производства.

3. Специфические риски инвестора-лизингодателя.

Для ЛК (выступающих в качестве инвесторов) лизинг позволяет обеспечить определенную норму прибыли на вложенный капитал при более низком, по сравнению с банком, уровне финансового риска. При этом наиболее существенным риском становится инвестиционный риск, заключающийся в неоптимальности принятого решения о лизинговом проекте.

В лизинговой деятельности предусмотрено наличие, по крайней мере, трех участников: поставщика оборудования, лизингополучателя и лизингодателя.

Риски лизинговой компании как экономического агента определяются операционной деятельностью предприятия, хозяйственной деятельностью поставщика оборудования (например, в разрезе выполнения принятых сервисных функций) и лизингополучателя (например, риск потери платежеспособности).

Учитывая вышеописанную специфику, при формировании лизинговой сделки следует учитывать следующие риски:

- риск ликвидности вследствие нерациональной структуры портфеля
- риск потери платежеспособности лизингополучателя
- технологические риски функционирования оборудования
- риск морального устаревания и отсутствия вторичного рынка оборудования

4. Инструменты управления рисками лизинговой сделки.

Лизинговая компания имеет возможность использовать один или несколько из следующих инструментов:

- значимость проектного риска переоценивается с учетом размещения инвестиционного риска по портфелю для оценки способности данного проекта к диверсификации (и, возможно, хеджированию) риска всего портфеля;
- при управлении рисками следует учитывать, что в лизинговой сделке присутствуют три участника и, соответственно, предприятие может подготовить с поставщиком оборудования взаимовыгодные решения для минимизации инвестиционного риска;
- в контракте возможно использование также следующих инструментов, направленных на снижение размера возможных потерь, таких как страхование и поручительство,

однако каждый из данных методов уменьшает количество потенциальных клиентов, вследствие повышения стоимости и сложности лизингового проекта;

- по неприемлемым параметрам проекта необходимо либо разработать предложения по их устранению либо внести предложение отказаться от данного контракта
- наименее управляемые факторы риска следует учесть в контракте (в качестве, пунктов договора или повышением ставки процента) с лизингополучателем с целью переложить весь риск (или его часть) на совместное с клиентом покрытие
- отказ от управления риском возможен лишь с согласования руководителя, имеющего необходимые полномочия по принятию на себя риска в данном размере

5. Заключение.

Основная функция риск-менеджмента – это выработка мер по снижению неблагоприятных последствий риска и управление последним с целью извлечения стратегических преимуществ.

Как показывает опыт управления инвестиционными рисками, для эффективного риск-менеджмента необходим последовательный и дисциплинированный подход. Иными словами, лизинговая компания должна иметь нацеленность на управление портфельным инвестиционным риском, своевременно увязывая принципы и методы риск-менеджмента со стратегией предприятия.

Эффективная система управления инвестиционными рисками позволяет обеспечивать контроль над инвестиционным риском путем органичного интегрирования в структуру бизнес-процессов ЛК.

Вертикально интегрированные связи на разных фазах жизненного цикла отрасли

Бандилет Анжелика Николаевна

молодой ученый

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

bandilet@econ.msu.ru

Вертикальная интеграция представляет комбинацию межотраслевых компаний, производство которых связано единой технологической цепочкой. Ядро вертикально интегрированного объединения составляет совокупность производственных предприятий различных отраслей. Внутренние взаимоотношения между этими группами отраслей промышленности, а также взаимодействия их как с другими элементами внутри самой производственной системы, так и с объектами, находящимися за ее пределами, в совокупности образуют внешние и внутренние вертикально интегрированные взаимосвязи.

Отрасль как совокупность субъектов хозяйственной деятельности, которые производят экономические блага или услуги, имеющих однородное потребительское или функциональное значение, в своем развитии проходит через несколько этапов жизненного цикла: фазу зарождения (соответственно, зарождающаяся отрасль), развития (развивающаяся), зрелости (зрелая) и упадка (затухающая). Каждая фаза жизненного цикла отраслевого рынка характеризуется определенной степенью развития вертикально интегрированных отношений. Задачей данного исследования и является анализ вертикально интегрированных связей, обусловленных особенностями жизненного цикла отраслевого рынка.

Дж. Стиглер, опираясь на данные о реальном жизненном цикле отраслевого рынка, предположил, что его размер является решающим фактором, влияющим на установление вертикально интеграционных связей. На ранней стадии развития отраслевого рынка небольшие размеры отдельной фирмы в достаточной мере обеспечивают потребности в промежуточном продукте и производственных услугах. В дальнейшем, по мере увеличения емкости отраслевого рынка независимые фирмы,

опираясь на большую специализацию и экономию от масштаба, в лучшей степени склонны к удовлетворению потребностей клиентов на промежуточных уровнях. Поэтому наряду с крупномасштабными производителями появляется большое количество специализированных фирм.

Таким образом, активные вертикально интеграционные связи хозяйствующих субъектов зарождаются на ранних стадиях развития отраслевого рынка. На промежуточных стадиях жизненного цикла отраслевого рынка стимулы к вертикально интегрированным отношениям ослабевают, но оживляются лишь тогда, когда емкость рынка свидетельствует о фазе упадка.

Д. Леви (Levy D.) попытался опровергнуть теорию Дж. Стиглера. Появление фирм, специализирующихся на предоставлении специализированных услуг промежуточным производителям предыдущих и последующих технологических стадий производства с целью достижения экономии от масштаба, более вероятно на ранних стадиях развития отраслевого рынка. С течением времени рост производителей, способных обеспечить самих себя специализированными ресурсами, сопровождается увеличением размеров фирмы, достаточным для эффективного функционирования.

Стимулами к вертикальной интеграции по Д. Леви могут выступать следующие факторы:

Во-первых, в формирующихся отраслевых рынках на ранних стадиях производственного цикла неопределенности роста рынка, трудности во взаимоотношениях между поставщиками способствуют развитию вертикально интегрированных связей.

Во-вторых, увеличение емкости рынка и переход на стадию зрелости сопровождается существенным ростом конкурентоспособности фирм, появлением на отраслевом рынке новых независимых агентов, способных предложить альтернативные варианты поставки продукта промежуточного передела.

В-третьих, в условиях небольшого спроса на специализированный ресурс внешняя поставка вызывает большие затраты на сделку, чем если бы это совершалось в рамках одного предприятия. С ростом спроса внешний поставщик компенсирует затраты на сделку за счет экономии на масштабе.

В-четвертых, рост размеров фирмы вызывает увеличение издержек управления и тем самым сокращение специализированных функций.

Наибольшая степень вертикально интегрированных отношений наблюдается у *зарождающегося отраслевого рынка на ранних стадиях* его жизненного цикла. Высокий коэффициент использования производственной мощности выступает важнейшим фактором производственной эффективности в условиях высокой доли постоянных издержек в затратах производителей.

Фаза зрелости характеризуется следующими особенностями:

- ценовой дискриминацией, которая приводит к сокращению выручки, получаемой от потребителя;
- вертикально интегрированные структуры стараются вытеснить с рынка готовой продукции неинтегрированные фирмы, а также конкурентов-аутсайдеров, так как они в большей мере способны поддерживать высокий уровень использования мощностей в условиях существенной доли постоянных затрат;
- повышаются барьеры входа, связанные с первоначальным накоплением капитала.

На более поздних стадиях жизненного цикла отраслевого рынка повышаются издержки управления, и фирмы стремятся избавиться от специализированных функций. В результате *фаза зрелости и фаза сужения* отраслевого рынка характеризуются *ослаблением вертикально интегрированных отношений* между экономическими агентами единой технологической цепочки.

О. Уильямсон (Williamson O.) анализирует зависимость степени вертикальной интеграции и уровня транзакционных издержек фирмы с учетом особенностей

жизненного цикла отраслевого рынка. О. Уильямсоном предложены следующие *типы вертикальной интеграции*:

Первый тип связан собственно с экономией на транзакционных издержках, сопряженных с заключением контрактов.

Второй тип вертикальной интеграции связан с неопределенностью, возникающей на любой стадии производственного цикла.

Третий тип вертикальной интеграции для снижения транзакционных издержек актуален в том случае, когда фирма использует высокоспециализированные активы.

Четвертый тип вертикальной интеграции возможен в случае существования асимметричной информации о качестве поставляемого оборудования и промежуточной продукции.

Таким образом, *вертикальная интеграция* наиболее актуальна на *стадии роста жизненного цикла отраслевого рынка*, позволяющая значительно снижать транзакционные издержки. Впоследствии снижение транзакционных издержек происходит более медленными темпами и стимулы к вертикальной интеграции постепенно ослабевают.

Корпоративный праздник как инструмент совершенствования корпоративной культуры во внутрифирменном управлении

Богатырева Виктория Сергеевна

студентка

Волгоградский государственный технический университет

E-mail: _viksa_@mail.ru

Корпоративная культура является одним из основных двигателей успеха компании, а неотъемлемой частью самой корпоративной культуры является корпоративный праздник. Он дает возможность в непринужденной атмосфере наладить человеческие контакты в рамках рабочего коллектива и создать чувство причастности к общему делу. Одновременно корпоративные мероприятия играют роль непрямого рекламы, формируя позитивный имидж и способствуя повышению узнаваемости компании. Как известно, в корпоративной культуре выделяют ряд аспектов, таких как система поведенческих стереотипов (язык, традиции, обычаи, ритуалы), формальная философия, климат внутри команды, групповые нормы, провозглашаемые ценности, правила игры, взаимное и внешнее восприятие, передаваемый практический опыт, принятые значения, базовые метафоры, герои, мифы и легенды, определяющие поведением людей. Корпоративный праздник влияет на следующие из них: поведенческие стереотипы, климат внутри команды, правила игры, провозглашаемые ценности, поэтому организация корпоративного отдыха становится инструментом управления внутрифирменными отношениями и совершенствования корпоративной культуры.

Многие руководители предприятий большое значение стали придавать неформальному общению коллектива вне предприятия. Все большую популярность приобретают корпоративные праздники в ресторане или баре. Тенденция эта общероссийская, например, в Волгограде число корпоративных вечеринок в заведениях города по сравнению с 2003 годом выросло на 50%. Причина такого роста – ориентирование на Запад, откуда и пришла мода на коллективные вечеринки. Французы, например, любят вместе с коллегами прогуливаться по улицам города, перебираясь из одного ресторана в другой. Если организация большая, то каждое подразделение получает бюджет и веселится самостоятельно. Немцы устраивают галереи – выстраивают длинные палатки или снимают залы с рядами скамеек. Скандинавы наряжаются в карнавальные костюмы и раскрашивают лица. Стокгольм и Копенгаген превращаются в веселый карнавал. Фирмы арендуют несколько пивных ресторанов в одном переулке, и компании наносят друг другу визиты. Американцы предпочитают

корпоративные рождественские вечеринки. Руководство компании старается порадовать персонал сюрпризами и денежными премиями.

В отличие от западного мира, российский менеджмент не стремится к тщательной подготовке корпоративных торжеств. Чаще всего корпоративная вечеринка в России - стихийная необходимость, вызванная наступлением Нового года или Дня рождения компании, а не часть целостной системы управления компанией. Результатом такого подхода являются корпоративные сборы, которые в целом воспроизводят модель неорганизованного общения между сослуживцами.

В Волгограде можно отметить пять крупных фирм, специализирующихся на подготовке и проведении корпоративных праздников, но заведений, где возможно их проведение более чем достаточно (20 ресторанов, около 70 баров и 140 кафе и закусочных). С каждым годом корпоративная культура развивается. Если несколько лет назад корпоративные вечеринки устраивали только крупные западные компании, например «Реэптсма», то сейчас эта тенденция получила широкое распространение в массах. Причем люди хотят не просто прийти в ресторан, они хотят действительно праздника. Корпоративный праздник, как управленческий инструмент, включает: подбор ресторана, тщательно проработанный сценарий с конкурсами, наградами, поощрительными призами, включающий подведение итогов деятельности, командные игры; озвучиваемые в течение праздника тексты поздравлений; украшающие праздничное помещение плакаты и лозунги той т.д. Минимальная стоимость комплексной услуги около 1000 долларов и может расти до сотен тысяч – в зависимости от бюджета и пожеланий организации.

Совсем недавно появилась новая разновидность корпоративных вечеринок – кейтеринг (выездное ресторанное обслуживание). Пока услуги в этом направлении представляет только ресторан «Волгоград», и спрос на данный вид услуги еще не очень велик, но несколько лет назад и корпоративные вечеринки были не в моде. Можно сказать, что корпоративные праздники и их организация в будущем будут более востребованы, а значит, это направление все время будет развиваться. Таким образом, в данной работе раскрыты корпоративная культура, корпоративный праздник как управленческий инструмент и определены основные формы его влияния.

Инновационные способы снижения энергозатрат и получения цементов с максимальной эксергией

Богомолов В.П.

Аспирант МАСИ

По имеющимся на каждом заводе данным о физико-химических и физико-механических свойствах используемых при производстве цемента всех без исключения преобразуемых и преобразующих потоков представляется возможным определить фактические эксергетические характеристики этих материалов.

Рассматриваемое понятие эксергии цемента, как дисперсной системы (ДС), вытекает из классического определения эксергии как меры работоспособности потока вещества или энергии. Эксергия цемента – это комплексная энергетическая характеристика качества порошка цемента, учитывающая его химико-минералогический и дисперсный составы. Концентрация эксергии цемента – это отношение эксергии цемента к среднему диаметру частиц.

Величины $E_{\text{цем}}$ и $E_{\text{цем}}/d_{\text{ср}}$ следует всегда рассматривать совместно. Чем больше $E_{\text{цем}}/d_{\text{ср}}$, тем лучше при прочих равных условиях будут проявляться его строительно-технические свойства (СТС) и потребительские качества в ходе его дальнейшего использования. Это значит, что чем больше $E_{\text{цем}}/d_{\text{ср}}$, тем выше марка цемента, даже при одной марке, чем выше $E_{\text{цем}}$ и $E_{\text{цем}}/d_{\text{ср}}$, тем лучше его СТС свойства и тем меньше будут материальные и энергетические затраты при использовании такого цемента.

Эксергия цемента характеризует энергетические свойства портландцемента, его потенциальные возможности, заложенные в нем при его получении в конкретных условиях, которые всегда постоянно меняются даже на одном цемзаводе. Поэтому надо понимать, что двух одинаковых эксергий цемента не бывает, что объясняет и описывает, почему имеет место практически бесконечный мир цементных дисперсных порошков.

Традиционный технико-экономический подход к оценке стоимости цемента не позволяет учесть стоимость качества цемента в рамках одного и того же типа и класса прочности, например марки 500. В то же время эксергия цемента Ецем является гибким ценообразующим параметром, определяющим качество цемента и его стоимость в изменяющихся условиях по сырью, клинкеру и технологии их превращения. В связи с тем, что Ецем Ецем/di являются ценообразующими параметрами, хаарктеризующими стоимость качества, цена различных отгруженных партий одной марки цемента должна быть различной и конкретно устанавливаться пропорционально численному значению концентрации эксергий этих партий. Представляется возможным определить предельную (лимитную) стоимость эксергии (СЭ) цемента по различным партиям цемента, рассчитанную по цене завода на 1 квт-ч, и сравнить ее с действующей отпускной ценой. Проведенные расчеты показывают, что скидка в цене – разница между предельной стоимостью и действующей отпускной ценой - может составлять от 65% до 72%.

Знание величин Ецем и Ецем/di и их стоимости позволяет оперативно оценивать не дожидаясь определения других свойств качество различных партий одного и того же типа и класса прочности цементов, а также сравнивать эти цементы, выпускаемые различными цемзаводами. Иными словами, появляется возможность ответить на очень важный в рыночных условиях вопрос – какой при одном типе и классе прочности цемент лучше. Естественно, что при этом конкурентоспособнее окажутся те цементы, у которых больше Ецем Ецем/di и больше разница между предельной стоимостью эксергии цемента и его отпускной ценой.

В связи с этим возникает необходимость дополнения к типовому документу о качестве на отгружаемый цемент эксергетических характеристик качества и стоимости этого цемента. Такая таблица должна составляться отдельно для каждой партии цемента и желательно, чтобы в ней были представлены данные по всем предыдущим отгружаемым партиям для каждого постоянного потребителя, так как по эксергетическим характеристикам этих партий можно будет достоверно отслеживать фактические изменения в их качестве.

Приведенные выше результаты исследований обосновывают объективную необходимость перевода работы заводов на выпуск цементов с максимальной эксергией. Это гарантированно обеспечит беззатратное снижение энергозатрат, повышение качества цемента и определение для заводских условий предельного уровня значений прочности и других характеристик цемента.

Таким образом, решение данной задачи актуально как с точки зрения снижения энергозатрат на получение цементов, так и с точки зрения достижения конкурентоспособности продукта, а следовательно, и формирования позитивного имиджа предприятия, потому что при этом резко снижается риск отгрузки цемента, не удовлетворяющего требованиям потребителя..

Концепция процедуры наблюдения в рамках института несостоятельности (банкротства)

Бойкова Анна Викторовна

аспирантка

Тверской государственной технической университет, Тверь, Россия

E-mail: alexmaria@mail.ru

Целью нашего исследования является изучение теоретических и практических проблем регулирования отношений возникающих при несостоятельности (банкротстве) предприятий, в частности, при осуществлении процедуры наблюдения.

Полученные в ходе исследования результаты позволяют сделать ряд теоретических выводов:

- надстройка (правовое поле) не соответствует базису (экономическим отношениям) в результате чего образуются «узкие» места;
- закон «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» в России лишен последовательности и преемственности, характерной для зарубежных стран. Поэтому, даже идеальный по мировым стандартам законопроект в процессе применения в условиях российской экономики потребует внесения изменений;
- неподготовленность остальных элементов института несостоятельности (банкротства) не позволила в полном объеме реализовать его положения, что привело к формированию ошибочного общественного мнения, что данный институт вреден и бесполезен;
- для улучшения инвестиционного климата в стране и в условиях перехода от крупных по масштабу хозяйствующих субъектов к малым формам необходимо, чтобы закон имел направленность на обеспечение интересов должников;
- анализ изменений при проведении процедуры несостоятельности (банкротства) показал, что она стала более бюрократичной.

Принимая во внимание вышесказанное, предложена новая концепция процедуры наблюдения в рамках института несостоятельности (банкротства):

- законодательство следует разделить на ликвидационное и восстановительное;
- преимущественным правом подачи заявления в суд должны пользоваться коммерческие кредиторы;
- в рамках восстановительного законодательства обеспечивается приоритет критерия неплатежеспособности;
- сумма требований уполномоченного органа должна быть скорректирована на величину дебиторской задолженности;
- процесс вхождения в процедуру несостоятельности должен состоять из 4 этапов.

Первый этап - подача заявления в арбитражный суд. С момента поступления заявления вводится мораторий на требования остальных кредиторов.

Второй этап - принятие заявления, течение 72 часов должник и кредитор должны предоставить все доказательства, относящиеся к рассматриваемому вопросу.

Третий этап - рассмотрение заявления в арбитражном суде. Данное рассмотрение дела в суде является предварительным. Для проверки обоснованности доводов обеих сторон, достоверности предоставленных документов и обеспечения баланса интересов арбитражный суд назначает наблюдателя, который по итогам своей работы должен предоставить заключение в арбитражный суд.

Четвертый этап - окончательное судебное заседание. На повторном судебном заседании через 3 месяца арбитражный суд принимает одно из следующих решений: о простой ликвидации, о возможности применения восстановительного законодательства, о прекращении производства по делу несостоятельности (банкротстве).

Предложенная концепция позволит:

1. снизить напряжение на предприятии в переходный период;
2. снять проблему выбора наиболее оптимального критерия банкротства;
3. учесть мнение должника при принятии решения о дальнейшей судьбе предприятия;
4. обеспечить принцип независимости арбитражного управляющего от других субъектов процесса;
5. уменьшить количество вводимых процедур и путаницу с их наименованием разграничением функций и полномочий между ними;
6. снизить стоимость проведения процедур банкротства;
7. обеспечить дифференцированный подход при назначении арбитражных управляющих разные стадии в зависимости от сложности и объема выполняемых функций.

Внедрение в практику управления комплексной системы ВААН

Буханцева Светлана Николаевна

аспирантка

Ливенский филиал Орловского государственного технического университета, Россия

E-mail: sibir@liv.orel.ru

Руководство ОАО «Промприбор» считает, что система управления предприятием нуждается в коренной реконструкции. Для этой цели на всех объектах предприятия внедряется комплексная информационная система управления ВААН. Эта система станет средством, которое позволит ввести на предприятии компании методику управления, называемую обычно регулярным менеджментом.

Разработка методики управления может находиться вне рамок проекта внедрения системы, выполняться предприятием или самостоятельно, или совместно с какой-либо аудиторской фирмой. Поскольку система ВААН может динамически перенастраиваться, то мероприятия по реализации данной методики управления могут проводиться, как в ходе внедрения комплексной информационной системы ВААН, так и в ходе ее дальнейшей промышленной эксплуатации.

Внедрением называется перевод выполнения ряда управляющих функций планирования, учета и контроля в ИСУ ВААН. Критерием достижения данной цели на стадии моделирования и тестирования является перевод в ИСУ ВААН всех утвержденных в Проектном решении бизнес-процессов и получение необходимого перечня отчетов. Критерием достижения целей проекта на стадии промышленной эксплуатации является наличие определенных качественных и количественных характеристик работающей системы. В частности: достижение режима эксплуатации, когда все исходящие первичные документы первично появляются в системе; когда все внешние первичные документы вводятся в систему на местах их первичной обработки в режиме операционного дня; возможность получения оперативных данных не позже начала следующего за отчетом операционного дня; получение интегрированных (вычисляемых за бюджетный период) данных в соответствии с установленными на предприятии сроками предоставления и расчета отчетных данных.

Необходимые условия отражают операционные потребности проекта, отсутствие которых непосредственно влияют на сроки, стоимость и даже принципиальную возможность достижения указанных целей.

Сложность и масштабность процесса внедрения крупных информационных систем ERP-класса обуславливает необходимость планирования каждой фазы в отдельности - по принципу поэтапного уточнения (или, согласно методике Ваан, «continual improvement»). В проекте внедрения комплексной интегрированной системы, как и в любом другом долгосрочном инвестиционном проекте, предусматриваются моменты уточнения дальнейшего плана внедрения в соответствии с имеющимися на данный момент человеческими ресурсами, новыми целями (или уточненными старыми), внешними условиями и обстоятельствами, а также полученными знаниями группы внедрения (от компании «ВААН») и группы сопровождения (от заказчика) о предприятии.

Маркетинговый подход к определению конкурентоспособности

на рынке г. Новоуральска

Бурухин Александр Евгеньевич

студент

Новоуральский Государственный Технологический Институт

E-mail: metronddr@yandex.ru

О чем думает студент дневного отделения? Ни для кого не секрет, что он еще до поступления в ВУЗ, анализируя свои возможности, способности и увлечения, задает

себе вопрос, - «А где я потом буду работать?» И так, сколько нужно иметь знаний, навыков и умений, что бы составить достойную конкуренцию таким же выпускникам на рынке труда? В итоге, успешность обучения в ВУЗе можно определить величиной оплаты труда у будущего работодателя. Если подходить к этому вопросу более конкретно, то первоначально надо определить уровень подготовки, как специалиста. И тут возникает очередной вопрос. А достаточно ли будет обычного диплома или для большей уверенности нужно непременно иметь красный, а то и ученую степень по выбранному направлению деятельности. Не будет секретом, что, имея два диплома, хорошую работу найти будет легче. Но! Какие специальности можно совместить так, чтобы знания, полученные по одному из направлений обучения, не пропали зря. В эру информационных технологий, когда информации становится столько, что без использования вычислительной техники, становится невозможно добиться необходимого результата ни в учебе, ни в профессиональной деятельности.

Проведенное исследование конъюнктуры рынка в г. Новоуральске, показало, что наибольшим интересом у работодателей пользуются специалисты с хорошим знанием ПК. Причем здесь речь очень часто заходит о знаниях ПК на уровне продвинутого пользователя или системного администратора. Это становится актуальным особенно в небольших организациях, где в штатном расписании не предусмотрено большого количества персонала, занимающегося проблемами обеспечения работоспособности и безопасности персональных компьютеров и сетей. В тоже время брать на работу дополнительного сотрудника только для обслуживания средств вычислительной техники может быть экономически не выгодно, а возложить дополнительные обязанности квалифицированному сотруднику и, соответственно, установить более высокую оплату труда – правильное решение. Таким образом, можно сделать вывод: работодатель отдает предпочтение тем специалистам, знания которых могут быть применены более полно, а возможность перепрофилирования уже имеющегося специалиста в соответствии с требованиями организации делает более гибким внутреннее управление.

В ближайшие годы не предвидится столь же бурно развивающейся отрасли человеческой деятельности, как отрасль информационных технологий. А если отрасль бурно развивается, то такие отрасли называют «передовыми». Если человек выбрал себе профессию, связанную с информационными технологиями, да еще и с экономикой, то это значит, он выбрал «передовую» профессию. Кроме того, важное значение имеет денежная оценка профессии. Во всех странах мира профессии, связанные с информационными технологиями и бизнесом, оцениваются очень высоко. Общество считает, что сейчас именно информационные технологии приносят человечеству самую большую пользу и поощряет работающих в этой области больше, чем в других областях.

Наиболее благоприятной и восприимчивой средой для внедрения и применения новшеств информационных технологий является экономика. А ведь именно сочетание традиций развития общества и новизны дают свободу творчества и стремительный карьерный рост.

На рынке труда экономист со знанием ПК вне конкуренции. На самом деле под профессией экономиста со знанием информационных технологий скрывается целый букет различных специализаций. И во всех главными и определяющими являются знания законов экономики и навыки работы с информационными технологиями. То есть, если вы имеете данную профессию, то легко сможете претендовать на вакансии еще как минимум десятка специальностей, что в десять раз увеличивает вашу конкурентоспособность на рынке труда. Одно дело — иметь одну специальность и дожидаться, пока освободится вакансия по этой специальности. И совсем другое, когда вы с одинаковым правом и одинаковым успехом можете претендовать на любую из десятка вакансий в сферах экономики и информационных технологий.

Разработка метода идеального налогового моделирования

Валинуров Тимур Раисович

аспирант

Ивановский государственный химико-технологический университет (ИГХТУ)

E-mail: tim_ivanovo@mail.ru

В современной российской экономике общепринятыми являются три подхода к оптимизации налоговых платежей предприятия: использование льгот по уплате налога, разработка учётной политики и контроль за сроками уплаты налогов. Однако такие подходы располагаются ближе к бухгалтерским (учётным), нежели к экономико-аналитическим методам. Они требуют отменного знания действующего законодательства, а не основ экономики. В отличие от них предлагаемый метод идеального налогового моделирования (ИНМ) основывается на определении экономических связей между процессами, анализе текущей налоговой политики государства, а также самого предприятия.

Для начала зададим условия, в которых будет осуществляться моделирование:

1. Повышенная ставка одного налога будет стимулировать уменьшение налоговой базы по этому налогу, а пониженная, как минимум, – её сохранение на прежнем уровне, а также использование возможностей по переводу под действие этого налога имущества, являющегося объектом другого налога с более высокими отчислениями (т.е. увеличение налоговой базы по первому налогу). Эта предпосылка вполне понятна.
2. Объекты хозяйственной деятельности предприятия могут без потерь переходить из под действия одного налога под действие другого.
3. Сумма налоговых баз по всем налогам предприятия остаётся неизменной в период моделирования. Эти три допущения являются центральными в методе. Они взаимосвязаны и вытекают друг из друга.
4. Рассматривается только внутренний рынок государства, т.е. не учитывает влияние иностранных экономических систем на хозяйственную деятельность резидентов.
5. Прямая зависимость между доходностью и риском: чем выше риск, тем выше доходность, и наоборот. Это условие имеет реальное отражение в экономике.
6. В период времени, который берётся для построения модели, не происходит никаких изменений в налоговом законодательстве и налоговой политике государства.
7. Влияние налоговой системы рассматривается на коммерческих предприятиях, относящихся преимущественно к производственной сфере, т.е. в расчёт не берутся организации финансового сектора, т.к. на них налоговые факторы имеют ограниченное влияние.

Идеальное налоговое моделирование осуществляется в два шага: построение налоговой модели и построение соответствующего ей “идеального” предприятия. При этом последнее будет также являться точкой в многомерном множестве возможных вариантов, соответствующей первой модели. Результаты будут иметь схожий вид, но разное содержание.

Далее определяется вектор преобразований, направленных на оптимизацию налогообложения предприятия. В результате формируется модель изменения предприятия, которая имеет вид перехода характеристик от реального состояния к желаемому (с учётом вышеуказанной степени подверженности результатам моделирования). Например: Модель изменения предприятия (Прибыль: высокая → низкая; Имущественный комплекс: маленький → крупный;...). При этом необходимо учитывать значимость отдельных платежей в структуре налоговых платежей предприятия. Можно предложить для этого присвоение десятичных долей единицы (по возрастанию) каждому платежу или сбору (коэффициент от нуля до единицы). В дальнейшем при расчёте стоимостных и иных количественных характеристик влияния

налогов необходимо перемножение начальных их значений и присвоенной значимости (веса) для каждого налога. В результате расчёты будут скорректированы на значимость налогов. Так, изменения одних характеристик предприятия будут существенными (из-за значимости соответствующего налога), а других – нет. Метод “идеального” налогового моделирования был применён к анализу деятельности конкретного предприятия обрабатывающей промышленности, результаты которого приведены ниже в виде основных особенностей поэтапного моделирования: *Этап 1.* Определение в рамках налоговой системы ограниченного ряда тех налогов и платежей, которые непосредственно воздействуют на конкретные параметры деятельности предприятий. *Этап 2.* Фиксирование степени и критериев дифференциации ставок. *Этап 3.* Определение зависимых параметров предприятия, фиксирование критериев их дифференциации. *Этап 4.* Построение модели “идеального” предприятия. *Этап 5.* Построение модели реального предприятия. Суть этапа – в том, что для сравнения “идеального” и реального предприятия, они должны иметь одинаковые системы измерения показателей (одинаковые характеристики и одинаковые интервалы измерения этих характеристик). *Этап 6.* Определение вектора изменений и формирование модели изменений предприятия. *Этап 7.* Анализ модели изменений предприятия, подведение итогов и результатов моделирования, их корректировка.

Влияние информационных технологий на экономический рост

Вариченко Ирина Валерьевна

аспирантка

Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

E-mail: iv@tut.by

За последние десятилетия экономисты создали множество разработок по управлению «новой экономикой» или, как ее еще называют «инновационной экономикой» [1]. Экономический рост является неотъемлемым и необходимым атрибутом современной экономики, однако экономисты в разных странах мира не могут прийти к консенсусу относительно влияния информационных технологий на экономический рост вследствие существования так называемого «парадокса производительности», который заключается в том, что статистика не позволяет сделать четкий вывод о корреляции между этими показателями [2]. Существует три точки зрения в попытке объяснить парадокс:

- Четкая зависимость отсутствует в связи с ошибками измерения.
- Корреляции между развитием информационных технологий и ростом производительности не существует.
- Для того, чтобы статистические данные отражали данную зависимость, необходим более длительный промежуток времени.

В обобщенном виде ИТ могут влиять на экономический рост путем влияния на такие две глобальные его составляющие, как труд (L) и капитал (K), вызывая соответственно увеличение производительности труда и капитала. На данном этапе большинство зарубежных исследователей считает, что роль инвестиций в ИТ-сектор заключается в том, что они повышают национальную производительность и стимулируют экономический рост [3].

Инвестиции в информационные технологии могут увеличить производительность двумя способами: непосредственно усиливая производительность труда путем замещения рабочей силы или увеличения ее производительности или же увеличивая производительность капитала, дополняя другие инвестиции. Инвестиции в ИТ могут увеличить экономический рост путем создания новых отраслей промышленности, использующих ИТ, таких как программное обеспечение, оказание информационных услуг и т.п. [4].

Таким образом, можно выявить следующую зависимость: экономические факторы и инвестиции в информационные технологии взаимосвязаны. Экономические факторы определяют уровень заработной платы, доступность капитала и качество ИТ-инфраструктуры. В зависимости от этих факторов, некоторые страны тратят относительно больше средств на информационные технологии.

Влияние ИТ на экономический рост дает двойной эффект: во первых, информационные технологии влияют на рост производительности труда и эффективности производства, следовательно, наблюдается косвенное влияние на ВВП; а во-вторых, ИТ-сектор входит в ВВП в качестве слагаемого [5].

Оценка позитивного эффекта от внедрения ИТ является сложной задачей, поскольку государственные системы статистики используют различные методики анализа факторов роста, что затрудняет сравнение стран по степени влияния ИТ на рост производительности и экономический рост [6]. Экономические исследования, проведенные в странах Западной Европы в последнее десятилетие, подтверждают точку зрения о том, что инвестиции в ИТ стимулируют экономический рост. Эта идея нашла отражение в таких исследованиях: ежегодный обзор UNCTAD по электронной коммерции и развитию (E-commerce and development report 2003), исследование ОЭСР, Всемирный отчет по информационным технологиям за 2003-2004.

Для того, чтобы информационные технологии как потенциал по ускорению экономического роста развивались быстрее, необходима соответствующая экономическая политика. Сложность заключается в определении правильной политики правительства в отношении инновационной экономики и информационных технологий.

Литература

1. "A breakthrough in measuring the knowledge economy"// The economist, 2004, No 8390.
2. Mandel Michael J. "How to sharpen the innovation edge"// Business Week, 2004, No 3887.
3. Kraemer K.L., Dedrick O. Payoffs from investment in information technology, USA, 2001.
4. "Tech's future"// Business Week, 2004, No 3885.
5. Пичугин И. "Стимулятор для экономики" // Секрет фирмы, 2004, No 30-31.
6. "A worsening digital divide between rich and poor"// The Economist, January 24, 2004.

Бюджетирование как основа эффективного управления предприятием

Ващенко Руслан Александрович

студент

Донецкий национальный университет, Донецк, Украина

E-mail: Pys_ms@list.ru

В современных условиях развития хозяйственной сферы жизни общества, которые характеризуются обострением конкурентной борьбы на рынках, выигрывает то предприятие, на котором осуществляется регулярное составление планов.

Решение таких задач как обеспечение финансовыми ресурсами и денежными средствами деятельности предприятия; увеличение прибыли по основной и другим видам деятельности; обеспечение реальной сбалансированности планируемых доходов и расходов, а также платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия находится в регулярном составлении планов и является обязательным условием к достижению успеха и формирования устойчивого конкурентного преимущества.

По нашему мнению бюджетирование можно представить как процесс составления операционных, финансовых и инвестиционных планов, а также последующий контроль и анализ основных направлений финансово-хозяйственной деятельности предприятия, как в краткосрочной перспективе, так и долгосрочной.

Предпосылкой составления бюджета должен быть функционально стоимостной анализ производства и реализации продукции (товаров, работ, услуг) и определение

границы, до которой можно уменьшать расходы с одновременным увеличением прибыли, сохранением качества и объёма производства продукции.

Целесообразней процесс бюджетирования начинать с составления операционного плана, в котором деятельность предприятия отображается через систему специальных технико-экономических показателей, которые характеризуют определённые направления и стадии операционной деятельности. В процессе его разработки прогнозируемые объёмы реализации и производства трансформируются в количественные оценки доходов и расходов для каждого из подразделений предприятия.

Учёт таких факторов как: стадия жизненного цикла продукта; постоянные и изменяющиеся потребности покупателей; уровень конкуренции; трудовые ресурсы; тенденции развития техники; уровень предпринимательского и финансового рисков; стоимость сырья, маркетинговые и рекламные условия; ценообразование на продукцию; моральное устаревание продукции и услуг помогут повысить эффективность бюджетирования.

Главная цель постановки и последующей реализации эффективной системы бюджетирования на предприятиях является повышение финансовой устойчивости и финансово-экономической эффективности предприятий путём сосредоточения усилий всех подразделений на достижении конечного, количественно определённого результата, а также стимулирование наиболее эффективного использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, снижение себестоимости продукции и выявление внутрифирменных резервов.

Практика составления внутрифирменных бюджетов имеет следующие преимущества:

- отсутствие перерывов в разработке планов, что в свою очередь становится гарантом приближения процесса бюджетирования к реальным изменениям экономических условий хозяйствования и оперативного регулирования производства;
- бюджетное планирование позволяет осуществить экономию дефицитных финансовых ресурсов предприятия;
- повышение материальной заинтересованности работников в успешном выполнении плановых заданий посредством предоставления широких полномочий структурным подразделениям в расходовании средств, полученных за счёт экономии по бюджету оплаты труда в рамках утверждения ежемесячных планов.

Для формирования наиболее приемлемой системы бюджетирования руководству предприятия необходимо применять управленческое консультирование между различными подразделениями с целью выработки чёткой политики закупок всех необходимых ресурсов и последующего достоверного контроля над товарными запасами и расходами.

Таким образом, эффективное построение процесса бюджетирования, поможет предприятиям в независимости от их размеров и видов осуществляемой хозяйственной деятельности осуществлять контроль за поступлением и расходованием финансовых ресурсов, избегать потенциальных угроз и является необходимым условием обеспечения устойчивости в динамично меняющейся внешней среде.

Реформирование электроэнергетики

Вахрамеев Сергей Сергеевич

аспирант

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.Шухова, Россия,

E-mail: Nency3@yandex.ru

В настоящее время во многих отраслях экономики происходит реформирование. Одной из таких отраслей является электроэнергетика.

Реформирование организации представляет собой два процесса:

- 1) Внутри организации – реструктуризация, как комплексное изменение методов функционирования предприятия. В данном случае реструктуризация включает: совершенствование структуры и функций управления, преодоление отставания в технико-технологических аспектах деятельности, совершенствование финансово-экономической политики и достижение на этой основе повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции (услуг), роста производительности труда, снижения издержек производства, улучшения финансово-экономических результатов деятельности [1].
- 2) Вне организации – реорганизация юридического лица (слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование) может быть осуществлена по решению его учредителей (участников) либо органа юридического лица, уполномоченного на то учредительными документами [2].

Во многих источниках термины реструктуризация и реорганизация представляют как одно и то же. Но их следует различать: реструктуризации имеет более широкое представление и реорганизация должна проходить, только когда разделяемая компания функционирует эффективно и есть предпосылки для такого разделения.

В соответствии с планами реформаторов будет создано десять федеральных генерирующих компаний (ФГК), шесть из них будут состоять из крупных тепловых электростанций (ГРЭС), а четыре — из гидроэлектростанций. В каждой компании будет четыре-восемь крупных электростанций. Предполагается, что эти компании станут инвестиционно привлекательными и смогут эффективно конкурировать друг с другом на оптовом рынке. Для этого компании предлагается сделать близкими по ряду параметров: по мощности, по годовому доходу, по степени износа основных фондов и по расходу топлива. ФГК образуются по экстерриториальному признаку — это значит, что ни одна новая компания не должна доминировать на локальном рынке, то есть покрывать более 60-70% его потребностей в энергии. Цену электроэнергии, производимой федеральными генерирующими компаниями, созданными на базе ГЭС, будет регулировать государство. Атомные электростанции будут реформированы путем образования одной генерирующей компании. Электростанции АО-энерго будут выделены из энергосистем и консолидированы в Территориальные генерирующие компании, которые, как и ФГК, будут участвовать в торговле на оптовом рынке [3].

К сожалению, все вышеперечисленные действия затрагивают лишь процессы реорганизации РАО ЕЭС в форме выделения из нее нескольких организаций, при этом процессы реструктуризации в самом РАО ЕЭС еще не закончены.

Проведя сравнительный анализ финансовых показателей РАО ЕЭС и сопоставимых 23-х иностранных энергетических компаний я пришел к выводу, что акции РАО ЕЭС недооценены из-за неэффективности деятельности и непрозрачности рынка (по выручке компания занимает 8-е место, а по капитализации 21-е). Несмотря на существование акций РАО в виде ADR на Нью-Йоркской фондовой бирже, котируются они и представляют интерес для инвесторов только в России. По моему мнению, образовавшимся компаниям будет еще сложнее привлекать стратегических инвесторов, так как инвестиции в электроэнергетические активы — это долгосрочные инвестиции со сроками возврата - до 50 лет, для этого нужны гарантии политической и экономической стабильности и уверенность в том, что выделившаяся компания сможет работать эффективней, чем в составе РАО ЕЭС. В основном заинтересованы будут инвесторы, представленные мощными отечественными финансово-промышленными группами (олигархические структуры), имеющими энергоемкое производство. В этом случае наша энергетическая отрасль никогда не сможет выйти на мировые рынки, поставлять электроэнергию в зарубежные страны и конкурировать с крупнейшими мировыми электроэнергетическими компаниями, такими как Enel (Италия) и E.ON (Германия), капитализация и прибыль которых превышает в несколько раз соответствующие показатели РАО ЕЭС.

Литература

1. Мазур И.И., Шапиро В.Д. и др. «Реструктуризация предприятий и компаний./И.И. Мазур, В.Д. Шапиро и др. Справочное пособие/Под ред. И.И. Мазура. – М.: Высшая школа, 2000. – 587 с.: ил.
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации часть 1, от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ.
3. Рынок ценных бумаг, № 20, 1997.

Проблемы внедрения системы бюджетного планирования и анализа на промышленных предприятиях

Вдовенко Алексей Александрович, Кобызева Мария Алексеевна

Волгоградский государственный технический университет

E-mail: vdovenko83@yandex.ru

Система бюджетного планирования и анализа основывается на стратегии деятельности предприятия в среднесрочной перспективе. В большинстве случаев, стратегия охватывает период от 3 до 5 лет. После разработки стратегии, в которой определяются целевые показатели по прибыли, рентабельности производства, объемам и структуре продаж, формируются годовые бюджеты хозяйственной деятельности. В дальнейшем составляются оперативные планы, которые чаще всего являются месячными бюджетами.

Негативно на процесс внедрения влияют следующие наиболее часто встречающиеся проблемы:

- Отсутствие стандартизированных бизнес-процессов.
- Отсутствие «прозрачного» бухгалтерского учета.
- Неэффективная организационная структура.
- Планирование показателей ведется от факта, не основанное на статистических данных или экономических или финансовых расчетах.
- Низкая мотивация персонала, участвующего в системе бюджетного планирования.
- Сложность технологических процессов, что существенно затрудняет планирование переменной составляющей расходной части.

Авторы предлагают свою методику решения данных проблем.

Проблема отсутствия стандартизированных бизнес-процессов решается с помощью выстраивания всех процессов предприятия с использованием единой методологии. В каждом бизнес-процессе выделяются источники и получатели информации, пути движения материальных и денежных потоков, распределение полномочий и обязанностей. Отсутствие «прозрачного» бухгалтерского учета существенно затрудняет предпроектное обследование предприятия, усложняет проведение план-фактного анализа себестоимости и рентабельности, снижает эффективность процесса планирования.

При планировании бюджетных показателей организации с неэффективной структурой сталкиваются с «распыленной» ответственностью центров планирования и двойным подчинением отделов и сотрудников. Данная особенность снижает точность прогнозов, происходят постоянные нарушения сроков предоставления данных центрами планирования. Планирование показателей от факта существенно снижает точность процесса, поэтому при подготовке бюджета центрам планирования необходимо предлагать экономические обоснования предоставляемым показателям.

Низкая мотивация персонала существенно сказывается не только на планировании бюджетных показателей, но и на исполнении бюджетов. Роль данного фактора в успешности внедрения системы может составлять до 75%, поэтому авторами предложены следующие пути ее решения:

1. Известно, что для эффективной работы необходима слаженная команда работников. Но в некоторых случаях этим правилом можно пренебречь. Имеется в виду,

что мотивационную схему можно выстроить на базе производственных конфликтов. Суть состоит в том, что ответственными за планирование бюджетного показателя или групп показателей деятельности компании назначаются несколько человек. Возникающая между ними конкуренция, будет являться неким катализатором эффективного планирования бюджета: каждый из них составляет свой прогноз того или иного показателя. После чего определяется наиболее удачный вариант, его автор премируется.

2. Сложность проблемы заключается в том, что в российских компаниях более всего распространены и приветствуются материальные стимулы. Необходимо чаще абстрагироваться от таких способов мотивации как обучение, повышение зарплаты и т.д. Конечно, нельзя отрицать, что они действенны, но желательно придумать новый подход к мотивации. Стимулирующим фактором так же может служить и элементы корпоративной культуры. Сотрудникам, являющимся одновременно и центром планирования, необходимо внушить, что их должность и обязанности престижны.

3. Стандартная схема мотивации – реализация принципа материальной заинтересованности всего персонала в результатах работы как своего подразделения и предприятия в целом. Переменный фонд заработной платы подразделения рассчитывается в конце бюджетного периода как доля неиспользованной части установленного лимита затрат. С ростом доходов подразделения растут и лимиты расходной части. Сотрудникам становится выгодно.

4. Разработка стратегии внедрения так же может являться мотивационным фактором. То есть вначале внедряется «облегченный» модуль, который является более дешевым. Работники постепенно привыкают и адаптируются к системе, параллельно же на этой стадии проходит их активное обучение с возможностью продвижения по «карьерной» лестнице. После того, как будет освоен и отлажен «облегченный» модуль, имеет смысл внедрить адаптированный вариант системы, включающий высокоэффективные взаимосвязанные блоки планирования и учета.

5. Принцип самообучающейся компании является ещё одним способом заинтересовать сотрудников. Концепция данного управленческого стиля основывается на обучении одних работников компании другими работниками той же компании. Например, управляющие, экономисты и финансисты читают лекции менеджерам нижнего звена, и наоборот. Это необходимо для того, что бы каждый, задействованный в системе бюджетного планирования, понимал её смысл и особенности.

6. Создание многофункциональных групп, аналог матричной организационной структуры – не новый метод стимулирования сотрудников. Суть его состоит в организации группы людей, различных должностей, которая ставит перед собой общую цель, и ищет пути её решения. В данном случае учитываются инициативы всех сотрудников. Создание таких групп способствует сплочению коллектива, передачи и анализу необходимой информации, более точному решению проблем и быстрому устранению ошибок, а, следовательно, более лёгкому контролю, координации и функционированию внедрённой системы бюджетного планирования и анализа.

Проблемы российского рынка корпоративных информационных систем

управления: критерии выбора

Вершанский Виктор Валерьевич

аспирант

Северо-Кавказский Научный Центр Высшей Школы

E-mail: vitttya@mail.ru

Как и многое в России, рынок информационных технологий (ИТ) развивается по собственному сценарию, никак не связанному с мировой практикой. Если на западных и

азиатских рынках развитие высокотехнологичных областей идет «в ногу» с развитием программных средств, то на отечественном рынке ключевыми отраслями являются производство программных продуктов, франчайзинг, аутсорсинг и оффшорное программирование. Между тем по данным российских и зарубежных аналитиков инвестиции в российские ИТ за последние 4 года имеют стойкую тенденцию к росту. Сформировались крупнейшие игроки, большинство предприятий данной области обросло постоянной клиентурой. Устоялись и стали общепринятыми правила ведения бизнеса. Крупнейшие западные игроки прочно зарекомендовали себя на российском рынке, обрели филиальные и дистрибьюторские сети. В частности бренд 1С занимает 90 % рынка систем для малых и средних предприятий, практически монополия.

Кроме того, в отличие от ситуации начала 1990-х гг., когда внедрение систем могли позволить себе только крупные предприятия, на текущем этапе предприятие любого уровня вынуждено использовать информационные технологии для ведения бизнеса.

Западная практика развития корпоративных информационных систем управления насчитывает более чем 40-летнюю историю. Российский опыт разработок имеет максимум 15 лет. Учитывая наследие советской эпохи, нельзя говорить о том, что у нас плохие специалисты. Как практики, так и теоретики в отечественном ИТ бизнесе высоко квалифицированы, иной раз даже лучше западных экспертов, однако школа «экспертов по оборонным технологиям» далека от практики мирного развития. Закрытость и засекреченность концепций, в отличие от принятой на западе повсеместной идеи принятия единых интегрирующих стандартов, привели к тому, что лишь к началу 21 века отечественные разработки стали конкурентоспособны на российском рынке, совместимы с мировым опытом.

Педантичность и успешность западных экспертов и аналитиков в процессе описания и построения систем управления предприятием в основном обусловлена открытостью бизнеса для анализа принципиально типичными схемами ведения дел. Именно этим объясняется то, что большинство западных систем изначально нацелены на модульное построение из отдельных блоков для решения лишь необходимых задач методом сопряжения разрозненных компонент. Отечественные разработки в большинстве своем строятся на принципе декомпозиции. То есть пишется одна громоздкая система. Затем чтобы заработать побольше, её начинают как алмаз резать на кусочки. В итоге - кусочки заново не собрать, и все эти кусочки по отдельности работают лучше, чем комплекс. Если на западе из кусочков алмазов делают ожерелья, то отечественная практика, например системы фирмы 1С, рассчитаны на «доводку» неограниченных алмазов, то есть «огранку» систем под конкретного заказчика.

Ключевыми моментами данной проблемы являются:

- Невозможность смены подрядчика клиентом после внедрения системы, то есть так называемое «вечное доение», весьма выгодное российским внедренцам.
- Отсутствие стандартных методик и общепринятых подходов к внедрению приводит к отсутствию возможности обучать специалистов теоретиков, а практики вынуждены постоянно искать методики укрепления собственных знаний.

Эффективность внедрения КИСУП зависит от эффективного взаимодействия между поставщиком и заказчиком систем на всех стадиях проекта внедрения. Сам процесс внедрения затрагивает «технологии бизнеса» и в той или иной степени приводит к ее изменению. Рефлексия, обусловленная как сменой технологии в угоду ПО, так и сменой ПО в угоду технологии и вытекающая отсюда цикличность процесса автоматизации предприятия приводят к необходимости динамического анализа эффекта от внедрения, причем анализ должен начинаться на предпроектной стадии, а заканчиваться глубоко на постпроектной. Практика показывает, что процесс внедрения системы на среднем и крупном предприятии занимает около 2 лет, доводка и отладка еще около 2, далее около года использования и переход на новый цикл. «Пятилетка» –

срок смены платформы в мире корпоративного ПО, а значит и рефлексивно обусловленный срок смены систем. Известно, что отдачу система должна приносить на третий год, а окупаться на четвертый, и лишь на пятый её внедрение приносит непосредственную прибыль. Зачастую итерации, следующие после первого цикла внедрения, являются более скоротечными на первом и втором этапах, что обусловлено в основном сменой версий привычных систем. Однако, ключевым в данной технологии является методология. Основные средства с западных заказчиков корпоративного ПО «взимаются» за методологию, с отечественных, как ни странно, – за само ПО. В процентном отношении сопровождение «западного» ПО обходится дешевле, чем сопровождение отечественного, однако стоимость «западных» систем, как правило, на порядок превосходит отечественные аналоги. Популярный в современной ИТ индустрии коэффициент совокупной стоимости владения различается примерно в два раза в пользу отечественных систем, однако наиболее эффективны в использовании на крупных и средних предприятиях именно западные системы.

Удобным методом для подбора критериев при выборе систем в данном контексте является метод анализа иерархий (МАИ). Как и другие экспертные методы МАИ содержит принципиальную возможность смены критериального аппарата, однако является более прогнозоустойчивым и динамически сбалансированным (соответствующим динамическим тенденциям рынка). Использование МАИ при расчетах моделей будущих систем позволяет вне зависимости от региональной и технологической специфики планировать требования и выбирать наиболее предпочтительные компоненты. Оценка с использованием МАИ на постпроектной стадии предположительно позволит добиться более сглаженных результатов, чем использование комплекса методов анализа инвестиционных проектов, так как кроме чисто экономических составляющих в критериальный аппарат могут включаться и другие «менее» значимые на первый взгляд вещи.

Литература:

1. Интернет-сервер журнала «Компьютер пресс» www.compress.ru
2. Интернет-сервер агентства компьютерных новостей www.cnews.ru
3. Саати Т.Л. Принятие решений. Метод анализа иерархий. М.: Радио и связь, 1993.

Управленческий консалтинг в фокусе ИТ-технологий

Вегера Дмитрий Леонидович

студент

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.Шухова, Россия

E-mail: dima_vegera@bk.ru

Одной из первостепенных проблем российской экономики является создание эффективной управленческой системы, вообще, и управленческого консалтинга, в частности. В этой связи особое внимание должно быть обращено на управленческую инфраструктуру как на одну из составляющих инфраструктурного комплекса, а если взять во внимание стремительное развитие высокотехнологичных отраслей, то интересным будет рассмотреть, на мой взгляд, управленческую инфраструктуру в фокусе информационных технологий (ИТ). Управленческая инфраструктура создает необходимые условия для качественного и эффективного функционирования обслуживаемых сфер народного хозяйства и способствует формированию и тесному взаимодействию всех элементов инфраструктурного комплекса.

Объекты управленческой инфраструктуры должны развиваться быстрее по сравнению с другими элементами инфраструктурного комплекса для того, чтобы активно влиять на его формирование как целостной системы.

Управленческое консультирование – это, прежде всего, предпринимательская деятельность, объектом которой является сложившаяся ситуация менеджмента в отраслях

народного хозяйства, субъектами которого выступают предприятие-заказчик и организация-исполнитель, специалисты которой обязаны профессионально подойти к решению существующих проблем заказчика. Результатом же этой предпринимательской деятельности является проект, который предлагает оптимальное решение задач, стоящих перед заказчиком.

Существует множество проблем консалтинговой деятельности в России, главной из которых, на мой взгляд, является недостаток высококвалифицированных специалистов, помимо этого, не отрегулирована нормативно-правовая база, постоянно встает вопрос соотношения качества и стоимости консалтинговых услуг, не адаптированы методики консалтинговой деятельности к условиям экономики России.

При наличии информационной системы руководитель предприятия способен получать актуальную и достоверную информацию обо всех срезях деятельности компании без временных задержек и излишних передаточных звеньев.

Внедрение системы автоматизации вносит существенные изменения в управление бизнес-процессами. Каждый документ, отображающий в информационном поле течение или завершение того или иного сквозного бизнес-процесса, в интегрированной системе создается автоматически, на основании первичного документа, открывшего процесс.

Консультант – это профессионал по оказанию услуг управленческого консультирования во всех его областях. Качества консультанта определяются характером задач консультирования и требованиями клиентов.

Консультант обязан ориентироваться на потребности рынка и клиентов, работать в соответствии со своей специализацией на рынке, соблюдать этику отношений с клиентом. Сегодня российский консалтинг недостаточно эффективен, и в ряду причин этого стоит реклама, обещающая всё и сразу. «Всеядность» многих консалтинговых фирм, особенно специализирующихся в финансовых вопросах, отсутствие должной квалификации консультантов – это болезни роста, не очень опасные, но неприятные. Кроме того, в России управленческий консалтинг – это бизнес, где правила зависят, прежде всего, от понимания менеджерами предприятий роли и места консалтинга в управлении. Некомпетентность менеджеров приводит к выбору некомпетентных консультантов, к недобросовестному отношению консультантов к своей работе.

Одним из основных инструментов обеспечения эффективного управления предприятия является внедрение IT-технологий. Но при этом необходимо помнить, что если консалтинговые компании будут автоматизировать (систематизировать) беспорядок, то они и получат автоматизированный (систематизированный) беспорядок, а не мощный инструмент для эффективного управления производства.

В этой связи, предлагаю, прежде чем начать внедрять IT-технологии, тщательно убедиться консалтинговой компании в том, что данный программный продукт на самом деле необходим её клиенту – это обезопасит клиента от неоправданных больших растрат денежных, материальных и трудовых ресурсов, а консалтинговую компанию – от нареканий со стороны «обиженного» клиента-заказчика, хотя, по большому счету, в таком обоюдоневыгодном состоянии виновны как консалтинговая компания, так и клиент-заказчик.

Безусловно, IT-технологии – один из самых мощных инструментов для выведения любого предприятия (имеется ввиду, способного себе это позволить) на более высокий этап своего развития. Но так будет лишь тогда, когда данный инструмент будет находиться в руках истинного профессионала в области управленческого консультирования, применяющего в своей работе все новейшие разработки IT-технологий.

Этапы и подходы к оценке стоимости бизнеса закрытых коммерческих организаций **Веригин Павел Александрович**

аспирант

Московский государственный институт международных отношений (Университет)
МИД РФ, Москва, Россия

Существует много случаев, когда требуется определить рыночную стоимость бизнеса. Наиболее распространенными причинами такой оценки выступают покупка и

продажа бизнеса, его реорганизация, а также подтверждение стоимости имущества для кредиторов или инвесторов. При определении стоимости бизнеса закрытых и публичных компаний важно учитывать ряд специфических особенностей.

В процессе оценки стоимости бизнеса организации вне зависимости от ее организационно-правовой формы можно выделить три основных этапа: подготовительный, оценочный и заключительный этап. На оценочном этапе проводится выполнение необходимых расчетных процедур, предусмотренных избранными методами оценки бизнеса. На заключительном этапе проводится корректировка оценочных показателей. Поэтому основным является подготовительный этап.

Подготовительный этап связан с выбором стандарта стоимости и методов оценки. Первоначально перед определением текущей стоимости бизнеса определяют искомую стоимость в соответствии с существующими стандартами стоимости бизнеса. Затем, когда определен необходимый стандарт стоимости бизнеса, определяются необходимые для оценки компании методы, наиболее подходящие в данном конкретном случае.

На этом же этапе проводится сбор информации для проведения оценки. Эта информация должна характеризовать предприятие, его активы и обязательства, раскрывать структуру и доли акционерного капитала, содержать финансовую информацию о деятельности предприятия за предыдущие годы, а также историю и перспективы развития предприятия, экономические и иные факторы, оказывавшие и оказывающие влияние на данное предприятие. Стоит отметить, что сбор информации о закрытой коммерческой организации представляется затруднительным. Акционеры на момент определения организационно-правовой формы и бизнес-стратегии оговаривают условия раскрытия информации о финансово-хозяйственной деятельности организации.

Основные данные для проведения оценки бизнеса необходимо черпать из бухгалтерской отчетности и текущих финансово-экономических показателей компании. Анализ финансовой отчетности предприятия за различный период сопровождается снятием целого ряда расхождений и искажений. Среди них можно отметить: изменение стандартов учета исходных данных, деноминация денежных единиц, колебания курса валют, структурные изменения цен и др. Эти несоответствия порождают проблему корректировки всей используемой финансовой и бухгалтерской отчетности с целью приведения их к общему временному эталону, в роли которого выступает момент оценки.

Коммерческие организации в пределах государственной системы бухгалтерского учета имеют свободу выбора методов ведения бухгалтерского учета. Этот выбор закреплен в приказе «Об учетной политике предприятия» сроком на один год и может изменяться в течение ряда лет. Принцип составления бухгалтерской отчетности не требует отражения реальной рыночной стоимости тех или иных активов предприятия. В такой ситуации компании предпочитают использовать те методы ведения бухгалтерского учета, которые позволят минимизировать налоги.

Поскольку российское законодательство не предоставляет стандарты на составление такого рода финансовых документов, а российские инвесторы не выработали единого общепринятого стандарта приведения отчетности предприятия для отражения его рыночного состояния, то возможным вариантом является приведение отчетности к стандартам IAS, GAAP и т.п.

В условиях инфляции учетные значения стоимостных показателей существенно отличаются от их реальных значений. С учетом этого оценка предприятия должна базироваться на скорректированных значениях показателей. В теории финансового менеджмента существуют два альтернативных пути корректировки (очищения) показателей на влияние инфляции: прямая корректировка активов и денежных сумм на значения инфляционных показателей; учет влияния инфляции на активы и денежные суммы посредством включения в процедуру дисконтирования инфляционных показателей.

В процессе оценки бизнеса возникает необходимость предварительной проверки его финансового положения. Такая проверка позволяет получить важные справочные сведения об оцениваемой компании и выполнить расчет значений корректировочных показателей, необходимых для нахождения конечной стоимости бизнеса.

Оценку стоимости закрытой компании едва ли можно назвать абсолютно точной в условиях недостатка информации, поэтому оценка ее стоимости должна определяться с учетом зарубежных методик, скорректированных на российское законодательство.

ОАО "Красный Якорь" на рынке цепной продукции и обоснование целесообразности открытия региональных представительств

Гавриленко Светлана Анатольевна

аспирантка

Ростовский Государственный Университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: svetik19822004@inbox.ru

Рынок цепной продукции в России имеет следующие особенности:

- Предложение на рынке представлено небольшим количеством производителей (6 в России, 4 в Украине и 5 – Дальнее Зарубежье) в связи с очень большими первоначальными затратами на налаживание производства, сбыта и т.д.
- Спрос на цепную продукцию представлен, в основном, крупными предприятиями в области судостроения и судоремонта (самая большая доля продаж), машиностроения, сельского хозяйства, лесной и деревообрабатывающей промышленности, в производстве строительных материалов в горно-шахтной отрасли и т.д.
- На рынке цепной продукции имеет место большой разрыв между оплатой продукции заказчиком и отгрузкой готовой продукции (6 месяцев и более, при условии изготовления нестандартных изделий).
- Цепная продукция имеет четко прописанные сроки эксплуатации (12 месяцев по грузо-тяговым цепям, ЦОН и ГШО; 24 месяца по якорным цепям), но зачастую заказчики эксплуатируют цепи даже до 12 лет, что угрожает безопасности рабочих, а также ведет к недополучению прибыли производителями цепей.
- Спрос на цепную продукцию сезонный: максимален в феврале-марте, минимален в июле-августе.
- На рынке присутствуют нелегальные, кустарные производители, не имеющие права выпускать цепную продукцию, и подделывающие сертификаты производителей (в т.ч. «Красного Якоря»).
- Основной упор рекламных кампаний производителей направлена на участие в выставках (в т.ч. «Уголь-Майнинг», «Деревообработка и лесная промышленность», «Машиностроение» и т.д.)

ОАО «Красный Якорь» является крупнейшим производителем цепной продукции в России. Завод основан в 1898 г. и изначально специализировался на производстве цепей. «Красный Якорь» выпускает самый большой ассортимент цепной продукции в России и является одним из крупнейших заводов-производителей цепей в Европе.

Функции отдела снабжения ОАО «Красный Якорь» исполняет эксклюзивный дистрибьютор – ООО «Русские цепи», работники которого входят в штат завода.

В 2004 г. руководством ОАО «Красный Якорь» было принято решение о развитии сети региональных представительств завода, занимающихся маркетинговыми исследованиями и повышением объемов продаж. Целесообразность открытия региональных представительств обусловлена следующими факторами:

- Региональное представительство обладает более полной информацией о ситуации в регионе, учитывая приближенность к потенциальным клиентам.
- Склад регионального представительства привлекает средний и мелких потребителей, которые ранее отказывались от закупки продукции по причине территориальной удаленности завода, длительных сроков отгрузки и высокой стоимости доставки продукции.
- Сокращаются сроки обмена документацией с заказчиками (в т.ч. заключение договоров, выдача документов по отгрузкам и т.д.)
- Возможно личное знакомство с заказчиками региона, что является немаловажным фактором при построении длительных деловых отношений.

Региональное представительство ООО «Русские цепи» - «РЦ-ЮГ» является первым из трех существующих представительств и осуществляет свою деятельность с 01.09.2004 г. по следующим направлениям:

- Продажа и отгрузка продукции, заключение договоров как с постоянными клиентами ООО «Русские цепи» (по которым все дела переданы региональному представительству), так и с вновь обратившимися.
- Информирование клиентов об открытии регионального представительства, а также о наличии склада представительства в ЮФО путем ведения телефонных переговоров, отправки факсимильных сообщений, Интернет - рассылки и подачи рекламных объявлений в ведущей информационной газете ЮФО.
- Планирование производства и прогнозирование сбыта в ЮФО на основе опроса существующих и потенциальных клиентов, а также мониторинга новостей и проектов в области судостроения, машиностроения и т.д.

Влияние общественности на решение проблемы качества

Глушков Илья Игоревич

Новоуральский государственный технологический институт, (пусто), (пусто)

E-mail: dronishi@npi.novouralsk.ru

Во всех странах мира качество становится одним из самых главных приоритетов. О качестве говорят и спорят руководители промышленности, специалисты различных отраслей знаний. В 1994 году Международная организация по стандартизации ИСО определила понятие качества, как совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности. Объект – то, что может быть индивидуально описано и рассмотрено. Продукция – результат деятельности или процессов. Для обеспечения качества и конкурентоспособности продукции первостепенное значение имеет производство, а также промышленные образцы, полезные модели, товарные знаки и знаки обслуживания. Связанные с этими объектами отношения регулируются Патентным законом РФ и законом РФ о товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров.

Движение потребителей за свои права зародилось еще в США и получило название консюмеризм. Причины возникновения – недовольство потребителей качеством товаров, рост цен на них. 9 апреля 1985 года на 106 пленарном заседании Генеральной Ассамблеи ООН были приняты “Руководящие принципы для защиты интересов прав потребителей”. Ставилась глобальная цель – способствовать созданию независимых групп потребителей. В России названный выше документ нашел свое отражение в законах “О защите прав потребителей” и “О сертификации продукции и услуг”. В пятой статье закона “О защите прав потребителей” говорится о провозглашении прав потребителей на безопасность товаров и услуг. Внимание уделяется информации о товарах и услугах и способах доведения обязательной информации до потребителя в технической документации.

В нашей стране проблема качества отнесена к первоочередным, поэтому важнейшая роль в управлении качеством продукции остается за государством. Усиливается роль государственного контроля в связи с возросшими требованиями потребителей к безопасности, надежности, экологической чистоте изделий. На решение проблемы качества оказывают влияние такие общественные организации, как: Академия проблем качества, С.-Петербургский Союз научных и инженерных организаций.

Права потребителей защищают общества потребителей, главная задача которых – защита покупателей от дефектных, опасных для здоровья и окружающей среды товаров. Вопросы качества остаются актуальными и по сей день, поскольку в мире постоянно развиваются рыночные отношения, растут экономические интересы потребителей, а также непрерывно создаются потребительские организации.

Литература

1. Окрепилов В.В. Управление качеством. М.: Экономика, 1998.

Проблемы маркетинга в современной банковской системе Украины

Гончаров Владимир Александрович

студент

Харьковский национальный экономический университет, Харьков, Украина

E-mail: vladimir_post@rambler.ru

Реализация товаров и услуг — важнейший этап деятельности любого предприятия, работающего в условиях рынка. Банковское дело как вид предпринимательской деятельности не составляет исключения. Целью политики руководства банка и работы всех его служб является привлечение клиентуры, расширение сферы сбыта своих услуг, завоевание рынка и, в конечном счете, — увеличение получаемой прибыли. Средствами достижения данной цели являются инструменты банковского маркетинга.

Переход к рыночным отношениям, который в настоящее время является основным направлением стабилизации экономики Украины, основывается в первую очередь на оздоровлении финансов и перестройке банковской системы, формировании и развитии финансового рынка. Роль же новой банковской системы в продвижении страны к рыночной экономике во многом определяется развитием маркетинга в данной сфере, взаимоотношениями, которые складываются между различными банками, между банками и их клиентами, а также формированием рынка банковских услуг, процентной политикой и другой деятельностью банков.

Еще совсем недавно рынок банковских услуг был рынком продавца, когда клиенты располагали большими суммами (вследствие инфляции) денег, а банков было немного. Но в последнее время при наметившейся стабилизации с инфляцией, ростом ставки рефинансирования и в условиях хронической нехватки денежных ресурсов у основных клиентов банков – предприятий, рынок банковских услуг превратился в рынок покупателя. С этого момента большинство украинских банков стали искать новые способы привлечения клиентов. Для этих целей они могут успешно применять маркетинг.

Если ранее банк предлагал клиентам стандартный набор банковских услуг, то сейчас он вынужден постоянно разрабатывать новые виды банковских продуктов, которые адресованы конкретным группам клиентов – крупным предприятиям, мелким фирмам, отдельным категориям физических лиц и т.д. Чтобы выжить, банки должны применять самый широкий набор банковских услуг. Так, из более чем 200 услуг, предлагаемых западными банками, украинские банки предлагают только 80. Примером широкого использования маркетинга и анализа рынка капитала, а также выработки соответствующей стратегии была политика крупнейшего американского коммерческого банка *«Bank of Amerika»* в 50-60-е годы. Особенность его стратегии на рынке заключалась в том, что банк сосредоточил внимание на приеме мелких вкладов и привлечении мелких

вкладчиков, от чего отказывались многие американские коммерческие банки. В результате «Bank of America» по финансовой мощи занял в то время ведущее положение среди коммерческих банков США, количество которых достигало 14 тыс.

В основе украинского банковского маркетинга лежит использование зарубежного опыта. Однако практика показала, что украинская модель банковского маркетинга пока является достаточно примитивной, так как она не связана с серьезным и глубоким изучением рынка по привлечению денежных средств в банки. Главным элементом маркетинга на протяжении нескольких лет являлось манипулирование процентной ставкой по депозитам. Каждый банк стремился предложить как можно более высокую депозитную ставку. В настоящее время ситуация изменилась. В деятельности крупных коммерческих банков расширяется практика долгосрочного кредитования. Так, банки предоставляют предприятиям долгосрочный кредит на капитальные затраты, связанные с проведением инновационных мероприятий по увеличению производства, повышению качества и расширению ассортимента потребительских товаров и платных услуг, а также с расширением экспортной базы. Объектами кредитования являются затраты предприятия на техническое перевооружение, реконструкцию, строительство, доленое участие в создании совместных предприятий и производств, затраты на организацию и расширение материально-технической базы подсобных сельских хозяйств и др.

Таким образом, успех деятельности банковской системы Украины во многом зависит от маркетинговой стратегии каждого отдельного банка, сделав акцент именно на этой сфере банк сможет не только повысить свой уровень прибыльности, но и возобновить доверия населения ко всей банковской системе.

Список литературы

1. Голубков Е. П. Маркетинг: выбор лучшего решения. М.: 1993. с. 220.
3. Ковалев В.В. Финансовый анализ. М.: 1995, с. 152.
3. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа. М.: 1996, с. 320.

Анализ конкурентного окружения при разработке стратегического решения Гришина Татьяна Геннадьевна

студентка

Карагандинский государственный технический университет, Караганда, Казахстан

С недавних пор, город Караганда стал похож на ярмарку конца 19 века. В нашем городе наиболее крупными магазинами являются: ЦУМ, «Абзал», «Бнтымак», «Октябрьский», «Алем», «Грандстор», «Абсолют». Каждый конкурент стремится определить соперников по одному из важнейших атрибутов товара, привлечь покупателей, отдающих ему приоритет, и получить соответствующую надбавку к цене. Барьеры вступления в отрасль значительны.

Прежде чем выбирать какую-либо стратегию предприниматель должен провести анализ внутренней и внешней среды. Анализ внешней среды был проведен на основе маркетингового исследования. Были рассмотрены три переменные: доля рынка, доля «ума» и доля «сердца». Эти переменные представляют большой интерес для любого предпринимателя, независимо от того каким видом деятельности он занимается.

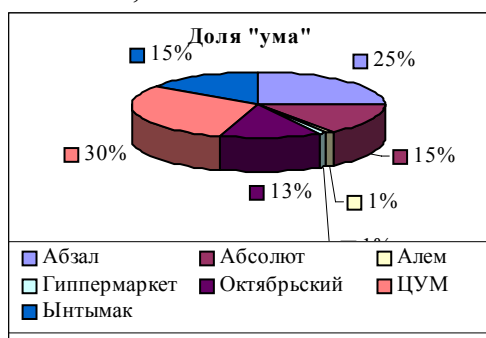


Рис. 1.

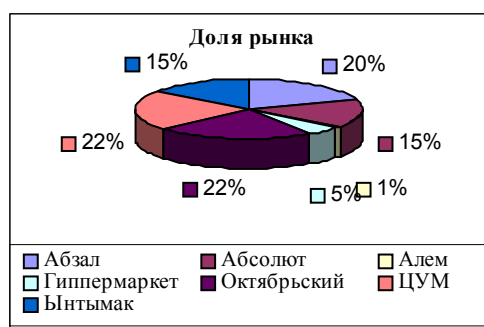


Рис. 2

Доля рынка - доля конкурентов на целевом рынке.(рис. 1) Доля «ума» - интервьюером был задан вопрос: «Назовите крупный магазин, название которого первого приходит Вам на ум».(рис. 2)

Доля «сердца»- интервьюером был задан вопрос: «Назовите магазин, в котором Вы хотели бы приобрести одежду».(рис. 3)

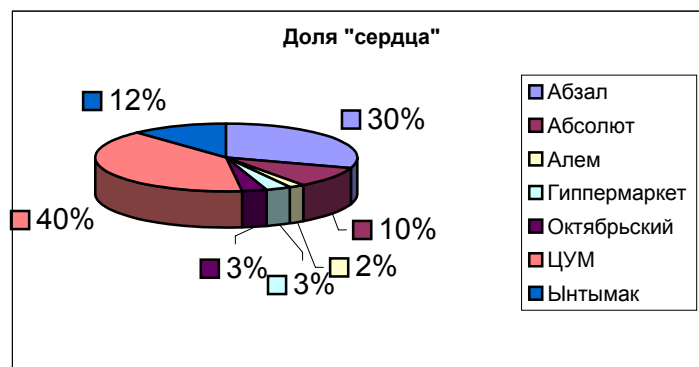


Рис. 3

Из проведенного анализа следует, что лидирующие позиции в «умах» и «сердцах» потребителей занимают ЦУМ и «Абзал», но это не позволяет им выдвинуться на первое место по объёмам продаж (доле рынка). Кроме того, между этими переменными существует некоторая зависимость, которая характеризуется тем, что с увеличением доли «ума» и доли «сердца» следует увеличение доли рынка. Данную закономерность нужно учитывать при прогнозировании и разработке бизнес-планов. Дальнейший анализ подразумевает под собой исследование деятельности отдельного отдела, как самостоятельно функционирующей бизнес-единицы.

Подробнее остановимся на одном из отделов универсама «Абзал». При анализе конкурентов немаловажным шагом является выявление сильных и слабых сторон конкурентов. Смогут ли конкуренты реализовать свою стратегию и достичь поставленных целей, зависит от их ресурсов и возможностей. Первый этап оценки сильных и слабых сторон конкурента - получение информации о бизнесе каждого соперника, включая данные об объёмах продаж, доле рынка, прибыли, денежных потоках, новых капиталовложениях и т.д. На этом этапе могут возникнуть некоторые трудности в получении вышеперечисленной информации.

Получить такую информацию помогло маркетинговое исследование потребителей, а также поставщиков и дилеров. В таблице приведены результаты исследования. К потребителям обратились с просьбой оценить выбранных трёх конкурентов. Классификация конкурентов проводилась по четырём ключевым факторам успеха (табл. 1).

Таблица 1 Классификация конкурентов по четырём ключевым факторам успеха

	Информированность покупателя	Качество товара	Просматриваемость товара	Торговый персонал
Конкурент а	удовлетвор.	Удовлетвор.	Отлично	хорошо
Конкурент б	хорошо	отлично	отлично	хорошо
Конкурент с	плохо	хорошо	удовлетвор.	Хорошо

Но для выявления проблемы и принятия стратегического решения недостаточна оценка сильных и слабых сторон только конкурентов. Проблему нужно искать в себе, анализировать свои действия, слабые и сильные стороны.

Для проведения этой работы была составлена «Контрольная карта анализа сильных и слабых сторон» (табл.2).

Таблица 2 Контрольная карта анализа сильных и слабых сторон

	Оценка		Значимость		
	Сильные стороны	Слабые стороны	Высокая	Средняя	Низкая
Качество товара	!		!		
Качество обслуживания	!		!		
Эффективность ценовой политики		!		!	
Просматриваемость товара		!	!		
Объём заскладирования		!	!		

Неэффективная ценовая политика, плохая просматриваемость товара непосредственно отражаются на затоваривании, что является причиной уменьшения прибыли отдела. У конкурента **а** слабые стороны «информированность покупателя» и «качество товара», у конкурента **с** – «информированность покупателя» и «просматриваемость товара». Проанализировав полученную информацию, отделу рекомендуется конкурента **б**, у которого нет явно уязвимых мест, пока оставить в покое, а конкурентов **а** и **с** атаковать в их слабых местах. Для этого требуется:

- Обратиться к услугам дизайнера.
- Увеличить площадь данного отдела (занять весь бутик), для улучшения просматриваемости товара.
- Активизация неценовой конкуренции. Сделать значительный упор на рекламу данного отдела в СМИ, распространение различных буклетов с описанием достоинств и преимуществ отдела и с подчёркиванием выгоды покупателя.

Таким образом, в результате проведённого анализа конкурентного окружения были выявлены 3 взаимосвязанные переменные (доля «ума», доля «сердца» и доля рынка), имеющие важное значение для бизнес планирования и прогнозирования, а также определены слабые и сильные стороны конкурентов, необходимые при разработке стратегического решения.

Список использованных источников

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент- СПб: Питер Ком, 1999

Малые высокотехнологичные предприятия России: что мешает росту?

Грасмик К. И.

аспирант

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, Омск, Россия

E-mail: simpfor@rasmbler.ru

Положение российских компаний на мировом рынке высокотехнологичных товаров явно не соответствует высокому научно-техническому потенциалу нашей страны. Общеизвестно, что доля России на мировом рынке высокотехнологичной продукции составляет 0,3-0,5%, однако если мы исключим продукцию ВПК, космической и атомной отраслей, то получится, что отечественные компании, а тем более МВП, практически не представлены на внешнем рынке. Одна из основных причин такого положения дел – неучёт несовершенств институциональной среды в России. Например, венчурная схема инновационного процесса в её классическом варианте, с нашей точки зрения, не является оптимальной и доминирующей, по крайней мере, в ближайшем будущем, поскольку венчурный капиталист – это прежде всего финансовый инвестор, заинтересованный в скорейшем возврате средств, в частности путём размещения акций на фондовом рынке, в то

время как формирование компаний на основе разработок российских учёных, весьма далёких от бизнеса, требует целенаправленной кропотливой работы, обширных связей с западными компаниями, готовыми покупать продукцию инновационной фирмы, и с компаниями в странах ЮВА, готовых по контракту производить готовую продукцию. Факторами снижения риска для венчурного капиталиста служат растущий спрос на рынках высокотехнологичной продукции (благоприятная конъюнктура), большое количество инновационных фирм, развитая инфраструктура, прежде всего финансовая, информационная. Всего этого в России нет.

Узловым звеном клубка проблем развития МВП в России мы считаем спросовые ограничения. Как показывает анализ практики российских МВП, спрос на их продукцию либо полностью отсутствует на внутреннем рынке в силу технологического отставания промышленности; либо сформирован, но недостаточен, либо не сформирован, но потенциально существует. Следовательно, государство должно формировать прежде всего внутренний спрос на продукцию МВП посредством: восстановления инвестиционной льготы хотя бы на предприятиях машиностроения как наиболее инновационно-активных, освобождение от НДС и ввозных таможенных пошлин импортируемого высокотехнологичного оборудования, сырья, материалов, лицензий, ноу-хау, не конкурирующих с отечественными. Также необходимо допустить зарубежные высокотехнологичные компании на внутренний рынок, с тем чтобы они сформировали спрос. Однако чтобы не потерять внутренний рынок, необходимо отслеживать спрос и импорт высокотехнологичной продукции. Для этого мы считаем необходимым расширение концепции деятельности российских фондов поддержки: необходимо отслеживать конъюнктуру на мировом и российском рынке высокотехнологичной продукции, выявлять перспективные ниши и искать и поддерживать разработчиков или действующие МВП, готовых закрепиться на выявленных нишах. При этом критериями поддержки проектов должны служить: новизна ниши (чем новее ниша, тем меньше в ней крупных, “уже окопавшихся” зарубежных компаний); минимально эффективный размер предприятия (чем он меньше, тем лучше); отсутствие необходимости создавать мощную сеть дистрибуции; потенциальный размер рынка; возможный мультипликативный эффект (чем больше российских МВП могут стать партнёрами головного МВП, тем лучше); наличие внутреннего спроса и необходимость приспособления западных технологий к российским условиям.

Другая важная проблема – стадийная разорванность инфраструктуры поддержки МВП. Существующие государственные фонды поддерживают либо научные исследования (т.н. нулевую стадию), либо, как правило, частично и на возвратной основе – действующие МВП. Очевидно, нужно создать фонд (либо расширить деятельность уже существующих фондов), в задачи которого входило бы оказание услуг (сертификация, участие в выставках, патентование, в том числе за рубежом, проведение маркетинговых исследований, поиск партнёров) инноваторам, находящимся на стадии стартового финансирования, причём необходимо, чтобы грант покрывал до 80-90% требуемой суммы. Средства, по образцу аналогичных программ в Чили, Мексике, Бразилии, могут выделяться не инноватору, а организациям, выполняющим работы. Таким образом, процесс становления МВП является нетривиальной задачей, требующей творческого, нестандартного подхода, анализа успешного опыта в первую очередь развивающихся стран, близких к России по институциональным условиям.

Имплицитный контракт в управлении организацией ***Грязнова Анна Михайловна***

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Значительная часть отношений занятости регулируется неформальными соглашениями между работником и работодателем. Имплицитный контракт в управлении – это система индивидуальных представлений работника об особенностях

трудовых отношений, существующих между ним и организацией. Поскольку имплицитный контракт между работником и организацией представляет собой набор представлений о том, что, по мнению работника, ему было обещано организацией (к примеру, продвижение по службе, конкурентная зарплата, и т.д.) и что он должен ей за это взамен (например, добросовестная работа, преданность и т.д.), в западной литературе его часто называют психологическим контрактом.

Впервые понятие психологического контракта было введено Аргирисом для обозначения ожиданий работника и работодателя относительно трудовых отношений, а также взаимных обязательств, ценностей, ожиданий и желаний, существующих вне рамок формального контракта, регулирующего трудовые отношения. Аргирис использовал концепцию психологического контракта для описания негласного соглашения между группой работников и их руководителем. Другие исследователи, такие как Левинсон, Прайс, Мунден и Соли, использовали концепцию для описания набора ожиданий и обязательств, высказываемых работниками в ответ на вопросы о трудовом опыте. Они определили различные типы ожиданий работников: осознанные (способ выполнения работы, гарантии занятости, финансовое вознаграждение) и неосознанные (ожидание заботы со стороны работодателя), а также впервые отметили динамичный характер психологического контракта, который, отражая изменяющиеся потребности и отношения работника и работодателя, развивается и меняется со временем. Шейн подчеркивал важность концепции психологического контракта для понимания и управления поведением в организации. Согласно Шейну, хотя ожидания и не фиксируются в формальном контракте, они выступают мощными регуляторами поведения. К примеру, работодатель может ожидать от работника, что тот не будет вредить общественному имиджу компании, а работник может ожидать лояльного к себе отношения после многих лет работы на компанию. Как и более ранние исследователи, Шейн подчеркивал, что психологический контракт непременно меняется со временем.

Обобщая существующие определения, можно сделать следующие выводы:

Психологический или имплицитный контракт включает в себя верования, ценности, ожидания и пожелания работников (и работодателей) относительно существующих трудовых отношений, а также не высказанные, но подразумеваемые обещания и обязательства. Эти ожидания не обязательно формализуются и могут рассматриваться как негласное соглашение между работниками и работодателями, а выполнение психологического контракта предполагает честность и добрую волю обеих сторон.

Важным аспектом психологического контракта является то, что он может постоянно пересматриваться, изменяясь в зависимости от ожиданий работников, особенностей развития организации и меняющихся экономических и социальных условий. Поскольку психологический контракт основан на индивидуальном восприятии и во многом зависит от личных особенностей и профессионального опыта, работники одной и той же организации или представители одной и той же профессии могут иметь различные психологические контракты, что, в свою очередь, будет определять различное понимание ими процессов, происходящих в организации.

В силу различных властных полномочий и асимметричности информации у сторон формируется разное содержание контракта. Однако для существования психологического контракта принципиально важна не столько взаимность, сколько восприятие взаимности.

Литература

1. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. – СПб. : Питер, 2002.
2. Argyris C. Understanding organizational behavior. Homewood, Illinois: Dorsey Press, 1960.
3. Levinson H., Price C.R., Munden K.J., Solley C.M. Men, management, and mental health // Harvard University Press. - Cambridge, MA. – 1962. – 205 p.
4. Schein E.H. Organizational Psychology. – NJ: Engelwood Cliffs, 1980. – 274 p.

Стоимость как критерий для принятия управленческих решений Гусева Анна Викторовна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: Anna.Guseva@ru.eu.com

Принимая решение, руководитель всегда сталкивается с проблемой измерения его эффективности. Существуют совершенно различные инструменты оценки эффективности деятельности.

В последние годы в российскую практику управления внедряется одна из современных концепций менеджмента – концепция управления стоимостью, согласно которой одной из главных целей управляющего любого предприятия является максимизация стоимости, как максимизация благосостояния акционеров. Ориентация менеджмента на создание стоимости подразумевает наличие инструмента, позволяющего определять характер и степень воздействия того или иного решения на благосостояние акционеров. Разумеется, менеджерам низшего звена не следует просчитывать, насколько изменится стоимость от их решения, им необходимо лишь понимать направление изменения стоимости компании. А вот для оценки последствий стратегических решений, необходимо четко понимать насколько изменится стоимость компании в целом. Инструментом, позволяющим все это сделать, является оценка бизнеса.

Анализируя деятельность компании, следует задаться вопросом, правильно ли действует фирма для максимизации отдачи, поступающей акционерам, концентрирует ли она усилия в тех сферах, которые реально определяют создание стоимости. В ходе анализа, направленного на формирование системы оценки управленческих решений на основе модели стоимости, необходимо

- Проанализировать корпоративную стратегию;
- Провести сегментацию бизнеса;
- Проанализировать вклад каждого бизнеса (СХЕ) и функционирование компании в целом;
- Исследовать рыночную среду, в которой действует каждая СХЕ;
- Проанализировать стоимостную цепочку и ее способность формировать и поддерживать конкурентные преимущества;
- Формализовать влияние факторов стоимости на финансовые результаты и стоимость компании.

В ходе дальнейшего анализа, направленного непосредственно на оценку управленческих решений различного характера (оперативных и стратегических), следует воспользоваться моделью, построенной с помощью использования такой методики оценки бизнеса, как расчет дисконтированных денежных потоков. Для организации труда менеджера, ориентированного на стоимость, необходимо на основании модели стоимости построить некую схему, которая позволяла бы отслеживать влияние тех или иных управленческих решений на стоимость компании.

Использование методологии оценки бизнеса позволяет оценивать последствия принимаемых управленческих решений с помощью двух подходов: количественного и качественного. В рамках качественного анализа мы определяем факторы, которые подвергаются изменениям, и отслеживаем направление изменения стоимости. Применяя количественный подход, мы оцениваем влияние управленческих решений на факторы стоимости, затем отражаем происходящие изменения в модели (либо непосредственным учетом изменения фактора, либо с помощью отражения изменений в функциональных показателях). Таким образом, мы сможем отследить конкретное изменение стоимости компании. Принимая во внимание неопределенность прогнозов (в том числе и относительно факторов стоимости), следует проводить более глубокий анализ влияния

изменений в ключевых факторах (либо их отражение в функциональных показателях) на изменение стоимости компании. Для данных целей можно использовать методики, которые традиционно используются в рамках количественного анализа рисков инвестиционных проектов (метод корректив, анализ чувствительности, имитационное моделирование). Существование разнообразного аналитического аппарата позволяет найти для каждого случая свой, наиболее подходящий метод. Причем, наилучший результат может быть достигнут путем комбинирования нескольких методов (например, проведение анализа чувствительности в рамках имитационного моделирования).

Методы качественного анализа управленческих решений применимы скорее для оценки оперативных решений, в особенности для менеджеров низшего и среднего звена. Для оценки стратегических решений обязательным является отслеживание конкретных числовых изменений стоимости.

Следует отметить, что для оценки управленческих решений может использоваться как модель, основанная на дисконтированных денежных потоках (в случае оценки решений об инвестиционных проектах, реструктуризации компании, реструктуризации активов и обязательств компании), так и модель стоимости, основанная на методе чистых активов (в случае оценки решений о реструктуризации активов или обязательств компании). Рассмотрение различных практических примеров показало, что в рамках использования концепции стоимости для оценки управленческих решений и выбора альтернатив при принятии решения мы опираемся на все подходы к оценке бизнеса, но наиболее широкие возможности для данных целей имеет доходный подход.

Теоретический и практический анализ подтверждают тот факт, что стоимость является долгосрочным, информационно полным и учитывающим различные риски критерием, а также иллюстрирует многочисленные возможности системы стоимостной оценки для анализа альтернатив принятия решений.

Построение системы оценки эффективности деятельности фирмы

Грошев Евгений Анатольевич

аспирант

Московский государственный университет экономики, статистики и информатики

E-mail: groshev@karelia.ru

Оценка эффективности деятельности занимает ключевое место в управлении фирмой: сама природа экономической деятельности, в основе которой лежит принцип рационального экономического поведения, предполагает сопоставление затрат на ее ведение и результатов от нее [1]. Соотнесение затрат и результатов – универсальный критерий отнесения организаций к экономическим [2].

В то же время исследователи отмечают отсутствие терминологического единства в исследованиях, касающихся определения понятия эффективности и ее оценки [5].

Изначально эффективность деятельности (как превышение результатов над затратами) являлась исключительно финансовой категорией и оценивалась с помощью финансовых показателей. Финансовая эффективность отражает, в первую очередь, интересы собственников фирмы. Со временем стала очевидна необходимость учета интересов и других заинтересованных сторон (*stakeholders*): персонала, партнеров, общественности – всех тех, на кого влияет деятельность организации. Это привело к пониманию эффективности как сложной составной категории [5].

Помимо этого, финансовые показатели подверглись критике за присущие им ограничения, которые делают их недостаточными для полноценной оценки эффективности [3, 4, 5]:

- краткосрочный характер (и возможное противоречие долгосрочным целям организации);

- ретроспективный характер (ввиду наличия временного лага при их расчете);
- чрезмерное обобщение (большинство финансовых показателей рассчитываются на уровне составления бухгалтерского баланса);
- возможность манипуляции.

Следствием такой критики стало широкое внедрение в практику оценки эффективности большого числа нефинансовых показателей, характеризующих отдельные стороны деятельности организации (удовлетворение запросов потребителей, качество бизнес-процессов, обучение персонала) [4]. Единой точки зрения относительно того, считать ли такие показатели факторами итоговой (финансовой) эффективности или равноправными показателями эффективности, в настоящее время не существует [5].

Дополнительным шагом в развитии понятия эффективности стало его увязывание со стратегией развития организации.

По мере эволюции понятия эффективности, изменилась и роль системы ее оценки в деятельности организации: из инструмента контроля она превратилась в неотъемлемую часть системы управления, тесно связанную со стратегическим планированием и управлением, мотивацией персонала.

Можно утверждать, что теория и практика оценки эффективности отражают как уровень развития экономической системы в целом, так и цели и условия деятельности конкретной организации. В связи с этим, универсальный подход к оценке эффективности вряд ли возможен. На наш взгляд, можно говорить лишь об относительно постоянных принципах оценки эффективности, в соответствии с которыми при построении системы оценки эффективности решаются следующие задачи:

- выбор критериев эффективности и показателей для их оценки (сюда же относится определение источников информации для оценки эффективности);
- обеспечение непротиворечивости и согласованности используемых показателей эффективности;
- определение взаимосвязи и подчиненности показателей эффективности (отношения вида "причина-следствие" и "фактор-результат");
- создание методики расчета обобщающих показателей эффективности на основе частных (прямое суммирование, агрегирование с помощью специальных весов и коэффициентов).

Литература

1. Акулов В.Б. Финансовый менеджмент. Петрозаводск, 1999. С. 13.
2. Акулов В.Б., Рудаков М.Н. Теория организации. Петрозаводск, 1999. С. 57-59.
3. Мейер М. Оценка эффективности бизнеса. Что будет после Balanced Scorecard? М., 2004. С. 42-61.
4. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М., 2003. С.6-46.
5. Glunk U., Wilderom C. Organizational effectiveness = corporate performance? No. 715, Faculty of Economics and Business Administration Research Memoranda, Tilburg University, 1996. pp. 3-22.

Вопросы эффективного привлечения заемного капитала)

Дандуров Владислав Давидович

студентбакалавриата) 3-го курса, ,

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.Шухова, Россия

E-mail: dandurov_v@mail.ru

Заемный капитал, является неотъемлемой частью общего капитала предприятия и, несомненно, необходим для повышения общего уровня финансовой устойчивости и

конкурентоспособности предприятия в целом. Кроме того, возможность привлечения различного вида заемного капитала позволяет осуществлять финансовый менеджмент в наиболее выгодных для предприятия формах.

Управление заемным капиталом, имеет огромное значение в системе финансового менеджмента и служит одним из основополагающих элементов политики управления финансами на предприятиях, как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде. Для того, чтобы эффективно использовать заемный капитал на предприятии рассчитываются: показатели эффективности заемного капитала, эффект финансового рычага, цена и рентабельность заемного капитала

Основные виды заемного капитала [1]:

- Банковский кредит
- Облигационный заем
- Лизинг

В мировой практике экономически развитых стран кредиты банков и других финансовых структур покрывают до 20% потребностей предприятий в текущих и капитальных затратах. В России, до недавнего времени, этот уровень был значительно ниже и составлял 3—5%. [2] Относительно стабильное макроэкономическое положение последних нескольких лет, активная конкуренция, а также устойчивая потребность предприятий России в заемном капитале для воспроизводства основных фондов просто вынуждает российские банки находить и вкладывать свои средства в долгосрочное кредитование заемщиков. По данным Банка России, по состоянию на 1 мая 2004 г. доля долгосрочных кредитов достигла 37,9% в общем объеме ссуд, что гораздо выше, чем в 2003 г. [3]

Популярность эмиссии облигаций обусловлена, прежде всего, удобством данного долгового инструмента для эмитента, а также равнозначностью по стоимости привлечения с прочими финансовыми инструментами. Это и определило сокращение доли банковских кредитов в общей сумме занятых на рынке денег до трети. Обороты рынка облигаций растут и, по замечанию экспертов, на вторичном рынке, где бумаги можно в любой момент продать, по корпоративным займам сравнялись с оборотами по гособлигациям.

На данный момент стоимость привлечения банковского кредита составляет приблизительно 20-22% годовых в рублях, номинальная доходность займов – 18-20%. Дополнительные расходы – 1,5-2% от объема эмиссии, в последнее время немного снизились, в связи со снижением налога на выпуск облигаций с 0,8 до 0,2%. [5]

Дальнейшее планомерное снижение стоимости привлечения заемного капитала путем облигационного займа, способно существенно развить этот долговой инструмент и увеличить его долю в общем объеме эмиссий корпоративных ценных бумаг до уровня от 10—15 до 60—65%, что соответствует аналогичному показателю в Европе и Америке.

Все более популярным в России становится лизинг. Объемы лизинговых операций сегодня составляют по некоторым оценкам 3—5% от объема ВВП, российский лизинговый рынок оценивается в 5 миллиардов долларов [5]. Планируется дальнейший рост использования лизинга в ближайшие несколько лет высокими темпами (40-50%) в год. В перспективе темпы роста чуть замедлятся (20-35%).

Приблизительно на 25-35% в год будет и расти рынок облигаций, расширение которого, будет происходить за счет эмиссии облигаций молодыми, активно развивающимися предприятиями.

В целом, для дальнейшего развития практики привлечения заемного капитала необходимы, в целом, следующие мероприятия: 1) дальнейшая разработка и совершенствование нормативной базы, 2) государственная поддержка банков и других финансовых институтов России, 3) либерализация и допуск иностранных капиталов на российский рынок капитала (в основном, в виде кредита).

По итогам исследования можно сделать вывод, что на данный момент российские предприятия делают только первые шаги на пути эффективного привлечения и

использования заемного капитала. По мере роста их квалификации, развития рынка капитала, а также с формированием развитой нормативной базы, регулирующей данные отношения, в дальнейшем ожидается все более широкое применение практически всех видов долговых инструментов в хозяйственной практике предприятий России.

Список использованной литературы

1. Бланк И.А. Управление формированием капитала. - К.: Ника-Центр, 2000
2. Миронов М.Г., Замедлина Е.А.. Финансовый менеджмент. – М.: «Экзамен», 2004.
3. Бюллетень банковской статистики. – ЦБ РФ. – М.: №10(137) – 2004.
4. Россия в цифрах. 2004. – Статистический справочник / Федеральная служба государственной статистики. – М. – 2004.
5. Гостева Е. «Банкам скоро некого будет кредитовать» // Финансовые известия. – 2004. – 10.12.2004.

Критерии для принятия инвестиционных решений в системе управления компанией на рынке недвижимости

Докучаев А.С.

аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Россия

adokuchaev@rambler.ru

В системе управления компанией на рынке недвижимости, процесс принятия инвестиционных решений является одним из основополагающих процессов. В процессе принятия данного решения инвестор рассматривает три основных класса активов, которые являются альтернативными инвестициями: акции, облигации и, непосредственно, недвижимость. Каждый из данных активов характеризуется различным соотношением уровня риска, ожидаемого денежного потока и ожидаемой доходности. Однако, из-за схожести демонстрируемых финансовых показателей, доходность по долгосрочным облигациям может служить индикатором ожидаемой доходности и для недвижимости, при условии корректировки на присущие недвижимости риски. Основные риски включают: достаточно низкая ликвидность объектов недвижимости, субъективная оценка инвестора, низкая взаимозаменяемость и стандартизация объектов (каждый объект недвижимости уникален), плохо прогнозируемые в долгосрочном периоде спрос и предложение, значительные затраты на управление и текущее обслуживание (включая затраты на техническое управление и эксплуатацию) и др. Для России базовым индикатором доходности недвижимости могут служить 10-30-ти летние российские еврооблигации.

Наиболее перспективным, с точки зрения инвестора, является приобретение инвестиционно-привлекательного объекта недвижимости, который впоследствии будет повышать инвестиционную стоимость. Инвестиционно-привлекательными являются такие объекты недвижимости, которые сочетают три основных критерия: выгодное местоположение, качественное строительство и отделка (включая инженерные системы) и заключенные на долгий срок договоры аренды.

При принятии управленческого решения об инвестировании в объект недвижимости, необходимо провести всесторонний анализ, включающий три основных этапа: анализ рынка, оценку стоимости объекта вложений, инвестиционный анализ.

1. Анализ рынка включает прогноз и тенденции развития рынка, анализ местоположения конкретного объекта недвижимости, анализ земельного участка, качество строительства и отделки, наличие инженерных систем и коммуникаций, систем жизнеобеспечения здания, дизайн здания, наличие квалифицированного управления и др. Также, при анализе рынка проводится анализ существующих и будущих конкурентов для конкретного объекта недвижимости.

2. Оценка стоимости приобретения. На данном этапе происходит прогнозирование будущего денежного потока, генерируемого объектом инвестиций, а также сумма поступлений от реализации объекта недвижимости на рынке в конце периода владения. Одной из главных задач инвестора при определении стоимости приобретения объекта недвижимости является прогноз и оценка будущего денежного потока посредством анализа заключенных в здании договоров аренды помещений. Заключенные договоры аренды (преимущественно долгосрочные, на срок более 1-го года) будут являться одним из важнейших факторов, определяющих условия предоставляемого заемного финансирования и, как следствие, при определении отдачи от проекта. При определении доходности также учитываются тенденции развития рынка, включая определение настоящей и будущей конкурентоспособности объекта.

3. Инвестиционный анализ. Для целей инвестирования в объекты недвижимости применяются следующие виды заемного финансирования: 1) кредитный договор с обеспечением в виде залога объекта недвижимого имущества, 2) облигации, или залоговые ценные бумаги, обеспеченные залогом имущества заемщика (недвижимость). Наиболее часто применяется кредитный договор, несмотря на то, что эмиссия облигаций (залоговых ценных бумаг) позволяет привлекать более дешевое финансирование [1].

Следующим этапом является анализ доходности, который является фундаментальным принципом определения эффективности и целесообразности инвестиций. Для определения доходности при инвестировании в объекты недвижимости используется ставка капитализации (capitalization rate), определяемая как чистый операционный доход (NOI, net operating income) разделенный на стоимость покупки объекта недвижимости. Также используется показатель доходности на вложенный капитал (ROE, return on equity), который, для рынка недвижимости может быть определен как чистый операционный доход за вычетом капитальных затрат и всех налогов, разделенный на собственный инвестированный капитал. При определении доходности возникают разногласия между продавцами и инвесторами, состоящие в том, что продавцы при определении цены ориентируются на рыночные ставки капитализации, в то время как инвесторов интересует больше чистая доходность проекта [2].

После того, как определены основные параметры инвестирования в потенциальный объект недвижимости, осуществляется технический и правовой анализ (due dilligence).

Литература

1. Ричард Б. Пейзер, Анна Б. Фрей Профессиональный девелопмент недвижимости, Москва, 2003, с. 270.
2. Robert C. Kyle, Floyd M. Baird, Marie S. Spodek Property Management, Sixth Edition, Chicago, 2000, с. 29

Оценка имиджа предприятия как инструмент корпоративного управления

Долгинцева Екатерина Никитична

студентка

Брянский государственный технический университет, Брянск, Россия

E-mail: kathystr@mail.ru

Долгое время в теории управления понятие конкурентоспособности предприятия было связано исключительно с его экономической эффективностью. В области корпоративного управления существовали только разрозненные стандарты, касающиеся политики взаимоотношений с работниками, корпоративной этики, подходов к охране окружающей среды. В сфере социальной политики компаний стандарты и правила не были выработаны вообще, преобладал «случайный» подход: работа по обращениям, ответ на просьбы местных властей или требования профсоюзов. Однако в настоящее время

перед каждой компанией стоит задача объединить разрозненные элементы корпоративной политики и выработать целостные подходы к взаимодействию с обществом.

Первым шагом выработки политики, связанной не только с философией компании, ее маркетинговой стратегией, но и отвечающей ожиданиям общества, является оценка существующего имиджа предприятия.

В связи с этим, в октябре - ноябре 2004 года автором было проведено социологическое исследование внутреннего и внешнего имиджа крупных промышленных предприятий Брянской области. Исследование проводилось методом интервью с помощью специально разработанной анкеты. Всего было опрошено 600 респондентов в различных районах Брянской области. Для каждой компании происходила оценка 5 показателей:

- Ответственность во взаимоотношениях с партнерами.
- Ответственность в отношении потребителей.
- Политика в отношении работников.
- Экологическая ответственность.
- Ответственность компании перед обществом в целом.

В зависимости от степени соответствия показателя компании необходимому значению, выставлялись оценки: от 4 – полностью соответствует до 0 – полное несоответствие. Затем проводилось суммирование набранных баллов для каждой компании. Средний балл для всех предприятий Брянской области был 10 из возможных 20, т.е. предприятия являются только на 50% социально ответственными. В 100% случаев внутренний имидж предприятия был выше, чем внешний, что связано с большей осведомленностью работников о деятельности компании по сравнению со сторонними респондентами. Также в результате исследования выяснилось, что существует прямая зависимость между социальной ответственностью корпораций и положением предприятия: если финансовое положение является неудовлетворительным, то и корпоративная социальная ответственность оставляет желать лучшего. В среднем, ответственность предприятия во взаимоотношениях с партнерами оценивалась на «3,7», в то время как ответственность перед обществом в целом – на «0,65».

Автором был предложен ряд рекомендаций, направленных на повышение имиджа предприятий, а также обоснована необходимость создания независимого специального органа, регулирующего вопросы корпоративной социальной ответственности на каждом конкретном предприятии. Результаты проведенного исследования и предложенные рекомендации были предоставлены руководителям организаций, что позволяет надеяться на повышение социальной ответственности предприятий Брянской области.

Список литературы:

1. Виханский О.С., Наумов А.К. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. М., 1995.
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Пер. с англ. М., 1994.
3. Социальный менеджмент /В.С. Афанасьев, д.ю.н., проф., М.В. Баглай, д.ю.н., проф., чл.-корр. РАН и др./ Под ред. Д.В. Валового. М., 1999.

Система регламентированных закупок как инструмент повышения эффективности функционирования предприятия

Ерёменко Татьяна Ивановна

студентка

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: tanya_erenko@mail.ru

Организация процесса закупок является проблемным местом в системе управления большинства крупных российских предприятий. По оценкам экспертов, в

технологически отлаженных производствах 50-60% потенциальной экономии (достигаемой за счет оптимизации управления) имеется в сфере материально-технического обеспечения, то есть закупок, 30% - в сбытовой сфере и 10-20% - в непосредственно производственной. Современные технологии конкурсных закупок существенно повышают эффективность управления на предприятии путем обеспечения максимальной экономичности и эффективности закупок, открытости процедур и объективности при принятии решений о выборе поставщиков. Задача оптимизации процесса закупок - одна из тех, которая должна быть решена при налаживании управления издержками.

Рынок автоматически не указывает на эффективного поставщика и оптимальную цену закупаемой продукции, а покупатель должен выявить его на этом рынке, предпринимая активные действия. Даже в условиях развитого рынка конкретное предприятие, осуществляя конкретную закупку, рискует оказаться в зоне так называемого провала рынка - ситуации, в которых свободное действие рыночных сил не приводит к оптимальному результату, то есть эффективному использованию имеющихся ресурсов. Любые недобросовестные или неквалифицированные действия в сфере закупок снижают эффективность расходования финансовых ресурсов любой организации, и главная «группа риска» - компании, в которых собственник лично не участвует в управлении предприятием, а перепоручает это наемному менеджменту.

Меры, которыми организация может снизить вероятность появления недобросовестных или некомпетентных действий ответственных за закупки сотрудников, можно в целом подразделить на четыре группы: поощрительные (награда в случае успеха), репрессивные (наказание в случае неудачи), предупредительные (целенаправленный подбор кадров с учетом уровня профессиональных знаний и специальных психологических факторов с целью повысить вероятность успеха) и процедурные (регламентация действий менеджеров с целью минимизировать вероятность неудачи). Процедурные меры в компании фиксируются комплексом нормативных документов, регламентирующих действия отдельных работников и их контроль таким образом, чтобы в этих действиях в максимальной степени учитывались интересы самой компании. Отличием процедурных мер от всех остальных является большая независимость последствий их применения от действий отдельных работников. То есть, вне зависимости от уровня их компетентности или добросовестности, правильно организованная система конкурентных закупок не дает возможности неэффективно израсходовать средства. Иными словами, любой закупщик, будучи поставлен в жесткие рамки конкурентных процедур, вынужден хозяйствовать эффективно (с точки зрения интересов организации). В мировой практике накоплен большой опыт повышения эффективности закупок через упомянутые процедурные меры - систему организации закупок на регламентированной конкурентной основе.

В наиболее общем виде систему регламентированных закупок можно определить как совокупность практических методов и приемов, позволяющих путем повышения конкуренции максимально обеспечить интересы покупателя при проведении закупочной кампании. Иными словами, это создание прозрачной и справедливой системы закупок материальных ресурсов посредством организации регламентированных процедур, базирующихся в основном на конкурсах. Следует учитывать и то, что полноценное внедрение конкурсной системы закупок, при теоретически достижимой высокой эффективности, требует значительных первоначальных вложений.

В России закупки на конкурентной основе проводят естественные монополии, для которых имеется рекомендация Правительства Российской Федерации проводить закупки для собственных нужд в соответствии с порядком, предусмотренным для госзакупок, и крупные организации или холдинги. Следует отметить, что нормативная правовая база госзакупок в чистом виде для предприятий сферы естественных

монополий не годится, так как нормы и процедуры, принятые в госзакупках, нацелены прежде всего на борьбу с коррупцией, а для коммерческих предприятий процедуры закупок должны обеспечивать эффективность закупок.

Например, регламентированные закупки в холдинге РАО ЕЭС подразделяются на неконкурентные (закупка у единственного источника) и конкурентные. Конкурентные, в свою очередь, подразделяются на конкурсные (открытый конкурс, закрытый конкурс, двухэтапный конкурс, конкурсные процедуры закупки услуг и других сложных объектов) и неконкурсные (запрос котировок, запрос предложений, внеконкурсный запрос предложений услуг и других сложных объектов). В 2004 году предприятиями холдинга было проведено почти 9 тысяч конкурсов, что более чем в 2 раза превысило их количество в 2003 году. При этом доля конкурентных закупок возросла до 45,5%. Одним из важнейших направлений дальнейшего развития системы конкурентных закупок в РАО ЕЭС является применение систем электронной коммерции. По инициативе компании в октябре 2002 года была создана и запущена в эксплуатацию электронная торговая система - «Рынок продукции, услуг и технологий для электроэнергетики - B2B-Energy». Проведение торгов в системе «B2B-energy» позволяет предприятиям холдинга РАО ЕЭС, как минимум на треть снизить расходы на организацию закупок, а цену закупаемой продукции, работ и услуг на 9%. По оценкам экспертов, общий экономический эффект от применения системы электронной коммерции только на предприятиях холдинга РАО ЕЭС уже в ближайшие три года может составить более 11 млрд. рублей.

Таким образом, внедрение системы регламентированных закупок продукции в организации ведет к сокращению издержек по закупкам за счет механизма выбора наиболее предпочтительных условий закупки при возможной минимизации ее цены, расширению круга потенциальных поставщиков (подрядчиков), повышению прозрачности проведения закупок и повышению уровня защищенности компании от заключения неэффективных сделок по закупкам продукции.

Система качества проекта как инструмент оптимизации бизнес-процессов

Заргано Михаил Геннадиевич

студент

Ростовский государственный университет, Россия

E-mail: mikezargano@mail.ru

При реализации проекта необходимым условием его эффективного функционирования является поступательное удовлетворение тех потребностей, ради которых этот проект принят. В целом проект можно рассматривать как систему. Чем крупнее проект, тем система более структурирована и дифференцирована как в вертикали управления, так и на каждом уровне иерархии. Любой проект для безотказной реализации нуждается в системе упорядочивания, которая реализует процессы, компетентность и ответственность, а также обеспечивает «прозрачность» и заботится о четкой реализации каждого процесса. В качестве оптимального варианта такой системы имеет смысл предложить систему управления качеством. Система качества определенного проекта упорядочивает и структурирует функции участников, обеспечивая оптимизацию бизнес-процессов, регулируя права и ответственность на каждом этапе реализации, определяет необходимые ресурсы, а также стыки взаимодействия смежных процессов. Необходимо отметить, что под качеством проекта, с точки зрения эффективного управления на основе процессного подхода, можно понимать те его характеристики, которые относятся к способности результатов проекта и процесса его осуществления удовлетворять установленным требованиям к конкурентоспособности конечного продукта. Однако в качестве немаловажного

критерия качества проекта необходимо рассматривать степень снижения риска для инвестора, так как уровень качества инновационного проекта прямо пропорционально связан с риском инвестора, предоставляющего ресурсы для реализации проекта. Таким образом, под качеством проекта можно понимать степень востребованности его результатов на определенном сегменте рынка для определенного потребителя.

В этой связи необходимо разделить проекты на внутренние, реализуемые внутри одной корпоративной структуры; и внешние, реализуемые в рамках какой либо отрасли, с разделением функций участников, объединенных общей целью на период реализации проекта. Внутренние проекты могут рассматриваться как проекты, направленные на разработку новых видов продукции или услуг, увеличения объемов производства, улучшение и модернизацию новых видов продукции или услуг и др. Внутренние проекты являются частью системы качества предприятия, то есть являются одним из основных процессов производства конкурентоспособной продукции или услуг. К внешним проектам относятся проекты реализации целевых программ на федеральном или региональном уровне, а также другие, реализация которых требует участия различных юридически независимых субъектов.

Качество результатов проекта зависит от степени удовлетворения и предвосхищения требований потребителей, постоянного улучшения процессов реализации проекта, а также эффективностью использования ресурсов. Стратегия предприятия, реализующего тот или иной проект, преследующая и поддерживающая цели направленные на успешное утверждение за собой место на рынке, является управлением качеством. Управление качеством проекта нацелено на сокращение ошибок его реализации и пустых затрат, несущих убыток, для всех производственных процессов, на то, чтобы непрерывно улучшать получаемый конечный результат, а вследствие этого исполнять требования потребителей результатов проекта, тем самым улучшать результаты деятельности последующих субъектов. Для любого проекта характерным является выполнение определенных этапов подготовки, реализации, оценки.

В основе обеспечения эффективной работы проекта лежит классический цикл Деминга. Различные этапы варьируются в зависимости от масштабов проекта, его содержания, сроков, а также целей. В фазе планирования определяются участники проекта, сроки выполнения, условия, влияющие на реализацию, а также бюджет проекта (ресурсы). Управление реализацией проекта заключается в упорядочивании взаимозависимых организационных, технических, финансовых, экономических, правовых решений. Следующей стадией является фаза контроля исполнения всех запланированных мероприятий, а также анализ полученных результатов. Последней фазой цикла управления качеством проекта является внесение необходимых изменений относительно выделяемых ресурсов, стыков взаимодействия участников, реализации работ.

Данный подход особенно важен при реализации проекта внедрения нового направления деятельности либо изменения имеющихся направлений. То есть спустя определенный период времени управление данным проектом станет частью системы управления тем или иным предприятием, поэтому оптимизация процессов проекта на стадии внедрения, путем минимизации сбоев в работе имеет важное значение. Таким образом, в процессе внедрения системы качества проекта с целью оптимизации его бизнес-процессов необходимо определить: кто несет ответственность за маркетинг, разработку, выпуск, сбыт, сервисное обслуживание и т.д., а также как они взаимодействуют, какие входные ресурсы используют (информационные, финансовые, человеческие и т.д.), что получают в результате своей работы, и кто является дальнейшим пользователем этих результатов. В результате система управления качеством проекта проявляется в комплексном управлении процессами разработки, производства и поставки заказчику конкретных видов продукции или услуг в рамках отдельных проектных структур.

Методы повышения эффективности использования информационных технологий **Земляничкина Екатерина Борисовна**

аспирантка

*Санкт-Петербургский Государственный Университет Аэрокосмического
Приборостроения, Россия
E-mail: aktz@yandex.ru*

Сегодня можно смело утверждать, что в среде российского бизнеса проявляется все больше интереса к активному внедрению научного подхода и высоких технологий в системы управления предприятиями. Мы вошли в XXI век - век информационных технологий, когда увеличиваются информационные потоки, которые необходимо обрабатывать, а для принятия решений остается все меньше времени. Поэтому проблема эффективности использования информационных технологий на сегодняшний день очень актуальна, так как конкурентоспособность фирмы на рынке сегодня во многом определяется именно эффективностью использования информационных технологий.

Определить экономическую эффективность использования информационных технологий в системах управления фирмами и предприятиями достаточно сложно. Для этого необходимо определить, как отражаются на финансовых показателях компании те нематериальные преимущества, которые дают информационные технологии. Для оценки информационных технологий можно использовать множество параметров, позволяющих охарактеризовать любые традиционные ИТ-операции — мегабайты, объекты, время наработки на отказ и т. п. Но поскольку это внутренние параметры информационных систем, которые не соотносятся с бизнес-стратегией, они ничего не значат для менеджеров компании, контролирующих финансы или определяющих корпоративную стратегию компании [1]. Важность оценки вложений в информационные технологии может состоять в том, что она определит точные причинно-следственные связи между технологией и финансовыми показателями. Между инвестициями в информационные технологии и финансовыми результатами существуют связи далеко не первого порядка. Инвестиции в информационные технологии обычно имеют третьестепенное влияние на финансовые показатели [2].

Для повышения эффективности использования информационных технологий в системах управления фирм и предприятий можно использовать следующие методы:

- увеличение затрат на информационные технологии там, где достигается наибольший прирост дохода;
- снижение затрат на информационные технологии по отношению к доходам от операций;
- снижение затрат на информационные технологии по отношению к чистой номинальной стоимости активов;
- обмен положительным и отрицательным опытом внедрения информационных технологий внутри фирмы/предприятия (между филиалами);
- регулярное использование тестов и оценок совокупной стоимости владения;
- привлечение высоко квалифицированных ИТ-сотрудников;
- постоянное обучение и повышения квалификации сотрудников фирмы/предприятия, успешно сочетающих понимание бизнеса и владение информационными технологиями;
- предоставления независимой экспертизы проектов в области информатизации;
- распространения и использование различных методик оценки эффективности использования информационных технологий.

В результате использования предложенных методов эффективность использования информационных технологий и их роль в бизнесе компаний существенно возрастает, и,

как следствие, повышается конкурентоспособность фирмы/предприятия в целом. Эффективное использование современных информационных технологий открывает для предприятий новые возможности в работе и переход на качественно новый уровень работы и предоставляемых услуг, что не сможет не сказаться положительно на экономической деятельности фирмы/предприятия.

Библиографический список

- [1] Информатизация систем управления и принятия решений о бизнесе. М.:1994
[2] Хорошилов А.В., Романов К.А. О критерии эффективности инвестиций в информационные технологии. М.: Вопросы статистики, 1999

Фирменный стиль как элемент рекламы в гостиничном бизнесе

Иванова Елена Владимировна

аспирантка

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, Саратов, Россия

E-mail: elenka@forpost.ru

Для гостиничного бизнеса фирменный стиль особенно актуален, так как это не только лицо гостиницы, но и непосредственная часть гостиничной услуги. Он является базовым элементом позиционирования гостиницы. Фирменный стиль – это совокупность цветовых, графических, словесных, типографских, дизайнерских элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, её внутреннего и внешнего оформления [27]. Фирменный стиль выполняет две функции: идентификационную и представительскую, то есть имиджевую. В гостиничном бизнесе фирменный стиль выражается:

- В архитектуре здания гостиницы;
- В дизайне и оснащении интерьеров гостиницы;
- В дизайне рекламных элементов;
- В корпоративной культуре.

Подходы к дизайну гостиницы могут быть различны: от традиционных до экстравагантных. Как правило, и архитектура и внутренний дизайн диктуются основной концепцией гостиничного предприятия, которая исходит из функциональности, назначения гостиницы и ориентации на клиента. Если здание гостиницы является архитектурным памятником, то логичнее всего интерьеры и оснащение гостиницы выдерживать в том же стиле, что и само здание. Такой подход бесспорен со стилистической точки зрения. Многие отели, почитающие свои традиции, выдерживают буквально все аксессуары в своем стиле, начиная с решения интерьеров и заканчивая полотенцами и посудой. Основная тенденция в оформлении интерьеров – избегать обыденности, создавать что-то особенное.

Следует отметить, что всё это не должно противоречить функциональности и должно соответствовать существующим стандартам. Что касается России, дважды за постсоветский период обновлялись стандарты в отношении гостиничного хозяйства: ГОСТ Р50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц» (1994), и «Положение о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения» (2003). Однако ни один стандарт не учитывает имиджевых составляющих. Лишь в «Программе и методике испытаний и оценки качества номерного фонда гостиниц в ходе их сертификации», разработанной Московским центром содействия развитию туризма, существуют четкие требования, к внутреннему интерьеру гостиницы и к архитектуре здания. Также есть пункты, касающиеся предметов интерьера, сантехники, постельного белья и даже посуды. Ведь всё это атрибуты

²⁷ Ромат Е.В. Реклама. СПб, 2001. С. 174

фирменного стиля, качество которых формирует имидж гостиницы. Однако фактически данный документ является рекомендательным и юридической силы не имеет.

Внимание руководства гостиничного предприятия к фирменному стилю характерно как для сетевых, так и для внесетевых гостиниц. Следует отметить, что бизнес, который стремится расширяться по системе франшизы, должен обладать узнаваемым фирменным стилем. Сетевые гостиницы не стремятся подчеркнуть свою индивидуальность: ставится вопрос о позиционировании всей сети. Стандартизация услуг и одинаковое качество сервиса во всех объектах цепи становятся прерогативой, это отражается и в рекламе гостиницы, и в её внешнем и внутреннем оформлении. Данное правило имеет исключение: гостиница высокого класса, принадлежащая цепи, может индивидуализироваться в том случае, если её имя и марка солиднее, чем марка цепи. Это утверждение относится, прежде всего, к историческим отелям, создавшим свой бренд.

Нельзя не сказать о том, что одна из основных проблем – подделка или клонирование фирменного стиля раскрученных торговых марок. Несмотря на законодательную защиту торговых марок, находится немало ухищрений, позволяющих использовать чужую популярность. Сферу гостеприимства эта проблема не обошла стороной. Немаловажной является проблема соотнесения элементов фирменного стиля с современными тенденциями и подходами, рассматривающими психологическое влияние рекламы и оформления гостиницы на потребителя. В рекламе и в фирменном стиле учитывается восприятие человеком сочетаний цвета, формы, света, композиции и даже запаха и, конечно, фактуры. Основной упор делается на ассоциативность и легкую запоминаемость.

Таким образом, рост заполняемости отеля пропорционален росту его известности и популярности. Клиента привлекает характерный стиль отеля. Поэтому вся реклама гостиниц должна быть выдержана в едином стиле. Основная задача фирменного стиля – влиять на эмоции потребителя. Фирменный стиль любой гостиницы создается и оттачивается годами, становясь её лицом.

Концептуальные модели оценки эффективности деятельности предприятия

Игнатченко Евгений Анатольевич

студент

Снежинская государственная физико-техническая академия, Снежинск, Россия

E-mail: inna@sfti.snz.ru

В последние годы в зарубежной экономической литературе довольно часто звучит критика традиционных финансовых показателей, которые берутся в качестве основы для принятия управленческих решений. Это связано с тем, что они являются ретроспективными (историческими). Это, естественно, уменьшает их ценность для принятия стратегических управленческих решений. Кроме того, показатели, формируемые в среде традиционного бухгалтерского учета, в последние годы в значительной мере утратили ценность для менеджмента и внешних инвесторов.

К настоящему времени существует достаточно большое количество концепций оценки эффективности.

Первые модели оценки результатов деятельности предприятия появились в 1920-х годах и в последствии нашли применения практически во всех странах с рыночной экономикой. Эти модели были довольно простыми для расчетов и строились исключительно из финансовых показателей (мультипликативная модель Дюпона, показатель ROI и др.).

В середине прошлого века в Японии, США и Европе появились концепции оценки эффективности, основанные на контроле качества. К ним относятся критерии Э.

Деминга, М.Бэлдриджа, оценка качества EQA (European Quality Award). Эти концепции можно рассматривать как инструмент управления бизнесом.

Модели более позднего периода, разработанные в 1990-х годах являются более комплексными.

Наиболее комплексными, по мнению автора, являются концепции BSC (Balanced Scorecard) – сбалансированная система показателей и концепция «Хьюлетт - Паккард».

Выбор какой-либо концепции в качестве базовой для осуществления стратегического управления предприятием зависит от целей и задач предприятия, а также от определенных факторов. Среди них можно выделить следующие:

- четкая формулировка и проработка всех процессов и областей применения концепции;
- четко определенная система показателей;
- превалирование количественной оценки показателей над качественной.

В связи с этим автор предлагает в качестве базы для стратегического управления использовать концепцию BSC, поскольку она в большей степени соответствует критериям, целям, задачам и факторам, определяющим выбор.

В практике стратегического управления было отмечено, что для реализации стратегии, как правило, не хватает фактической информации с оперативного уровня. Методология BSC (Balanced Scorecard) – система сбалансированных показателей была создана в свое время для устранения следующих недостатков:

- руководство предприятия принимает решения, основанные только на информации об исполнении бюджета;
- бюджет фокусируется только на финансовой стороне, а не является результатом декомпозиции стратегических целей;
- теряется связь между распределением ресурсов и стратегическими инициативами.

Очевидно, что та или иная модель должна использоваться для оценки эффективности деятельности предприятия в зависимости от существующих целей, стратегий. В связи с этим, система сбалансированных показателей (BSC), предложенная Капланом Р.С. и Нортон Д.П. в 1990 году позволила расширить систему показателей эффективности работы предприятия путем включения в нее показателей нефинансового характера. Это дало возможность менеджерам расширить информационную базу для принятия управленческих решений.

Методология Balanced Scorecard объединяет реализацию коммуникаций «сверху вниз» в процессах развертывания стратегии на местах с процессами мониторинга деятельности предприятия «снизу-вверх».

Основное назначение данной системы заключается в обеспечении функций сбора, систематизации и анализа информации необходимой для принятия стратегических управленческих решений, а также для мониторинга стратегии.

Практика работы на рынке показывает, что сегодня конкурентные преимущества намного труднее приобрести за счет эффективного финансового менеджмента и инвестиций в физические активы. Способность компании мобилизовать и использовать свои нематериальные активы, стала более значимым фактором. Сегодня высочайшая конкуренция дает возможность выжить компаниям не просто ориентирующимся на рыночную среду, а предприятиям, досконально изучающим потребности каждой группы потенциальных покупателей и ставящих данные потребности во главу угла своей стратегии развития. Стратегия фирмы становится как никогда важной. Основное назначение системы BSC заключается в усилении стратегии предприятия, ее формализации, проведении и донесении до каждого сотрудника компании, обеспечении мониторинга и обратной связи с целью отслеживания и генерации организационных инициатив внутри структурных подразделений. Ее использование позволяет предприятию наиболее быстро решать стратегические задачи.

Проблемы регулирования материальных потоков на предприятии

Иванушкина Людмила Николаевна

соискатель

Тульский государственный университет

E-mail: smillalav@mail.ru

Регулирование процесса производства в реальном времени – существенный элемент оперативного управления в целом. И в этом качестве оно оказывает значительное влияние на повышение эффективности работы предприятия, координируя деятельность цехов и участков. Современное производство требует постоянного отслеживания огромного числа технико-экономических параметров. Трудоемкость работ по решению оперативных вопросов составляет по оценкам около 70% общей трудоемкости управления производством.

Методы оперативного управления должны быть комплексными, охватывать как натуральные, так и стоимостные показатели. Планирование, как экономический прием, в условиях рыночных рисков, нестабильности внешней среды, несовершенства информационного обеспечения менеджмента становится недостаточным. Регулирование производства позволяет более адекватно реагировать на ситуацию. Однако, сегодня методы регулирования, как особой функции оперативного управления, разработаны совершенно недостаточно. Основная причина – отсутствие целостного методологического подхода к проблеме оперативного управления.

Часто утверждается, что разработано большое число систем оперативного управления для различных форм организации производства. Вместе с тем не созданы содержательные модели регулирования, которые могли бы компенсировать погрешности оперативного планирования, неизбежные в рыночной экономике. Необходим достаточно универсальный метод, который мог бы быть использован для самых различных ситуаций.

Предлагается - принцип управления производством по отклонению текущего конечного выпуска от траектории, задаваемой динамикой спроса.

В основу регулирования положен балансовый принцип, подразумевающий согласованность целей в виде требуемой структуры выпуска конечной продукции и средств в виде совокупности располагаемых ресурсов различной природы: материальных, финансовых, трудовых.

Наиболее совершенным способом описания балансовых взаимодействий является модель межотраслевого баланса, которая для уровня предприятия имеет форму

матричной модели:
$$\left. \begin{aligned} X &= AX + Y \\ \Phi &= F \cdot X \end{aligned} \right\}, \text{ где } X = \{x_k\}, Y = \{y_k\} - \text{векторы отраслевых валового}$$

и конечного (товарного) выпусков, $k = \overline{1, n}$; $\Phi = \{\varphi_k\}$ - векторы внешних ресурсов, $k = \overline{1, m}$; $A = [a_{kp}]$ – матрица коэффициентов прямых затрат, $k, p = \overline{1, n}$; $F = [f_{kp}]$ – матрица коэффициентов удельных затрат внешних ресурсов, $k = \overline{1, m}, p = \overline{1, n}$.

Матричная модель предъявляет повышенные требования к качеству нормативной базы, она не устраняет несогласованности между структурой требуемого товарного выпуска и наличных ресурсов. В определенной степени этот недостаток устраняется в так называемой матричной модели с альтернативными ресурсами [1].

В настоящей работе в качестве базовой модели регулирования принято уравнение системной динамики, учитывающее, в отличие от метода Форрестера, балансовые связи. Уравнение динамики относительно вектора отклонений $\Theta(\tau)$:

$$\Theta(\tau+1) - \Gamma \cdot \Theta(\tau) = \delta Y_{\text{нр}}(\tau) + (E - A_{\phi}) \delta X_o(\tau),$$

где $\Gamma = (E - A) \cdot \Delta S + \Delta AS - \Delta A \cdot \Delta S$; $\delta X_g(\tau) = \{\delta x_{gk}(\tau)\}$ - вектор возмущений в виде отклонений интенсивности валовых выпусков относительно запланированных $X_{ni}(\tau)$; E - единичная матрица; $\cdot \Delta S$ - погрешность вычисления; ΔA - погрешность в соблюдении норм.

Цель регулирования – отслеживание в процессе производства заданной траектории конечного выпуска, которая характеризует динамику внешнего спроса. Средство – корректировка валовых объемов в реальном времени.

По вектору отклонений вычисляется необходимая корректировка валового выпуска $X(\tau+1)$. Процесс носит итеративный характер. Скорректированный вектор интенсивности выполняет функции отрицательной обратной связи. Предусматривает возможность гибкой смены ассортимента. Отсюда вытекает принцип двухуровневого построения системы регулирования.

Нижний уровень – совокупность ассортиментных позиций – технологически однородных изделий, образующих «чистую отрасль». Верхний уровень – номенклатурная группа, чистая отрасль. На нижнем уровне локально определяются задания по структуре ассортимента на определенный цикл управления, исходя из конкретной потребности и нормативного запаса. На верхнем уровне происходит корректировка межотраслевых пропорций, необходимая, в частности из-за несогласованности локальных решений.

Аналитическими методами удалось определить достаточное условие устойчивости процессов управления, оценить некоторые показатели их качества. В то же время нерешенность проблемы собственных значений матрицы, наличие дискретности по уровню регулируемой величины, различного рода нелинейности требуют сочетания аналитических и имитационных методов исследования сложной производственной системы в условиях разнообразных факторов риска.

Библиографический список

1. Тихобаев В.М. Регулирование балансовых пропорций при ограниченной наблюдаемости системы. Тула, 1995. с.118.

Использование налоговых платежей в качестве альтернативного источника финансирования оборотного капитала

Казарина Юлия Геннадьевна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: dake7@yandex.ru

В деле эффективного использования оборотного капитала предприятия со стороны финансового менеджмента необходим постоянный и активный поиск путей и способов рационального расходования соответствующих средств, ведущих к минимизации, а точнее, к оптимизации величины самого оборотного капитала. Задача осложняется тем, что оборотный капитал на разных стадиях воспроизводства принимает различные формы: денежного капитала, средств в запасах, затрат в процессе производства, в незавершенном производстве и готовой продукции на складе. На каждой из этих стадий, следуя принципу рационализации затрат, можно найти источники снижения общей потребности в оборотном капитале. В этом случае, при прочих равных условиях, наращивание объемов производства естественным образом влечет экономию оборотных активов на единицу производимой продукции.

В отраслях и производствах с высокой долей материалоемкости указанная задача становится особенно трудной в нестабильных условиях производства по вине поставщиков и покупателей продукции. Впрочем, нестабильность функционирования предприятия может характеризоваться также причинами макропорядка, когда общий

экономический фон (в стране, в регионе, в отрасли) в силу различных причин вносит возмущение в производственный цикл предприятия, в т.ч. и в части формирования и использования оборотного капитала. Так, по данным Института Экономики переходного периода (ИЭПП), полученным в результате опроса руководителей 800 предприятий промышленности в январе 2005 года, 46% респондентов причины сокращения объемов производства или снижения его роста объяснили (среди прочих причин) недостатком оборотных средств.

Нехватка оборотных средств, образуемая при неизменном объеме производства обычно восполняется привлечением краткосрочных кредитов банков. Восполнение недостатка оборотных средств в связи с увеличением объема производства вполне обоснованно производится за счет чистой прибыли, если таковая образуется. При нулевой рентабельности производства и в том, и в другом случае, предприятие прибегает к краткосрочным кредитам. Поскольку процесс производства является непрерывным, то и формирование и использование оборотных средств происходит с тем же постоянством. Восполнение недостающих оборотных средств по всем указанным и другим причинам за счет краткосрочных кредитов рано или поздно приводит к ухудшению финансовой устойчивости предприятия.

Весьма существенным подспорьем в ослабление напряженности, связанной с обеспечением нормативной потребности в оборотном капитале выступают устойчивые пассивы. К ним относятся: начисленная, но еще не выплаченная заработная плата, различная кредиторская задолженность, задолженность по налогам и сборам. На предприятиях устойчивые пассивы могут составлять весьма ощутимые суммы, правильный учет и временное использование которых в качестве оборотных средств требует от финансового менеджмента определенных процедур по оценке и учету этих источников в бизнес-планировании.

Для этого следует проанализировать налоговый (отчетный) период основных налоговых платежей, а также порядок и сроки их уплаты. Так, несмотря на то, что налоговым (отчетным) периодом по некоторым видам налогов устанавливается квартал, предприятия обязаны уплачивать ежемесячные авансовые платежи. Однако законодательством предусмотрено и установление льготного налогового периода. Например, если сумма выручки предприятия в течение квартала за каждый месяц не превышает одного миллиона рублей (без учета налогов), то предприятие уплачивает и отчитывается по налогу на добавленную стоимость не каждый месяц, а после окончания квартала. Срок уплаты налога на добавленную стоимость – 20-го числа месяца, следующего за налоговым периодом. Таким образом, в течение 20-ти дней предприятие может использовать денежные средства на текущее финансирование оборотного капитала. Не лучшим образом сказывается на платежной дисциплине предприятий и существующий порядок расчета налога на прибыль. Так, при исчислении налога произведенные расходы не всегда принимаются в полном объеме, что ведет к уплате большей величины. Кроме того, согласно действующему законодательству, предприятие обязано уплачивать ежемесячные авансовые платежи по налогу на прибыль, срок уплаты которых – до 28-го числа следующего за расчетным месяцем.

Что касается единого социального налога, несмотря на попытки реформирования его ставок, до сих пор он ложится тяжелым бременем на себестоимость производимой продукции. С 01.01.2005г. действуют новые ставки единого социального налога: если раньше максимальная ставка составляла 35,6% налоговой базы, то сейчас она снизилась до 26%. Анализ действующих ставок в сравнении с предыдущими показывает, что, несмотря на значительное снижение в абсолютном выражении, явное их преимущество заметно лишь при налоговой базе на каждого отдельного работника до 250 тыс.руб. При достижении величины в 260 тыс.руб. разница в налогообложении при различных ставках становится равна нулю; при величине налоговой базы в пределах от 270 до 290

тыс.руб. наблюдается незначительное преимущество старых ставок налогообложения (максимальная разница – 1,2 тыс.руб. наблюдается при налоговой базе в 280 тыс.руб.), а при достижении налоговой базой величины в 300 и более тысяч рублей разница между рассчитанной суммой налога к уплате по новым ставкам по сравнению со старым способом расчета сводится лишь к незначительному преимуществу в 800 рублей с одного работника. Таким образом, кажущееся первоначально заметное снижение ставок налогообложения на деле не столь значительно.

Подытоживая сказанное, становится очевиден вывод: налоговые платежи предприятия – важнейший ресурс, грамотное управление которым ведет к повышению эффективности хозяйствования на всех стадиях производственного цикла.

Рынок рекламного обслуживания хозяйствующих субъектов

Калло Николай, Потолокова М.О.

аспирант

Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет,

Санкт-петербург, Россия

E-mail: comd@engec.ru

Сегодня реклама становится важным инструментом коммерческой деятельности как на потребительских рынках товаров и услуг, так и на межфирменных рынках, или так называемых рынках business-to-business (B2B). Одним из важнейших в их структуре является промышленный рынок, рынок продукции производственно-технического назначения, который сегодня в России преодолел ситуацию глубокого кризиса и вошёл в стадию уверенного подъёма. В связи с этим российские компании, работающие на промышленном рынке, сталкиваются с необходимостью конкурировать как с зарубежными рыночными соперниками, так и с другими российскими предприятиями.

Причём по мере роста количества промышленных предприятий в различных областях России растёт и потребность в разнообразии каналов рекламного воздействия на их целевые аудитории – другие предприятия-потребители продукции производственно-технического назначения или промышленных услуг. Принимая во внимание эти тенденции, можно с уверенностью утверждать, что сегмент средств массовой информации, работающих на промышленных рынках и ориентированных как на поставщиков, так и на потребителей промышленной продукции и промышленных услуг, безусловно, является перспективным.

Между тем, несмотря на то, что к настоящему времени структура рекламного рынка в печатных СМИ более или менее сложилась, тем более в крупных городах, которыми выступают Москва и Санкт-Петербург, в самих структурах СМИ и в частности в тех их подразделениях, которые занимаются непосредственно организацией работы с рекламодателями, по-прежнему царит несколько хаотичное состояние, которое отражается и на качестве предоставляемых рекламных услуг, и на финансовой эффективности коммерческой деятельности этих СМИ.

Рекламный рынок Санкт-Петербурга тесно связан с теми тенденциями, которые имеют место на рынке рекламы в России в целом. Поэтому представляется целесообразным сначала дать краткую характеристику специфики российского рекламного рынка. За прошедшие десять лет рекламный рынок России вырос более чем в 5- раз. В 2003 году он замедлил скорость своего бурного роста до 37%. По предварительным оценкам РАРА (Российская ассоциация рекламных агентств), объём медийного рынка в 2004 года составил 2,72 млрд. долл.

Динамику российского рынка можно представить посредством следующих данных (см. табл. 1). Доля рекламного рынка в ВВП России составляет примерно 0,7-0,8%, тогда как её мировая норма 1% от ВВП (в Европе – от 0,8% до 1,2%).

Таблица 1. Динамика затрат на рекламу в России в 1995-2004 гг., млн.долл.

сегмент рекламного рынка	1995 г	1996 г	1997 г	1998 г	1999 г	2000 г	2001 г	2002 г	2003 г	2004 г
<i>Телевидение</i>	150	200	350	270	160	250	300	350	400	500
<i>Радио</i>	20	30	40	50	20	30	45	50	60	60
<i>Пресса</i>	30	100	250	360	370	400	480	500	550	580
<i>Наружная реклама</i>	12	20	40	65	90	150	170	180	100	210
<i>Direct marketing</i>	0	2	10	25	40	60	75	80	70	110
<i>Прочее, включая производство</i>	8	58	130	190	120	300	300	320	320	330
<i>в т.ч. Интернет</i>	-	-	-	-	1	2	3	4	5	6
ИТОГО	220	410	820	960	800	1190	1250	1480	1500	1760

Эти, на первый взгляд, крупные цифры оборота национального рекламного рынка при перерасчёте на всё население России (145 млн.чел.) – превращаются в приблизительно 20 долларов на человека (или 25-26 долларов на каждого жителя российских городов), включая даже младенцев.

Специалисты отмечают 3 фактора, определяющих рост рынка:

- политическую стабилизацию общества, приводящую к росту инвестиций;
- рост покупательной способности населения;
- накал конкурентной борьбы на потребительских рынках.

По данным петербургской исследовательской компании «Той-Опинион», 73 процента компаний при планировании рекламных компаний очень серьезно относятся к определению целевой аудитории, при этом, 48 процентов клиентов рекламных агентств интересуется креатив. Кроме того, был продемонстрирован рейтинг рекламных агентств и то, что рекламодатели считают наиболее эффективным при проведении рекламных кампаний. Таким образом, несмотря на сокращение доли рекламы в прессе в структуре общих рекламных расходов, она по-прежнему остаётся популярным и привлекательным для рекламодателей средством рекламы.

Оценка инвестиционной привлекательности как элемент инвестиционной политики фирмы

Касимова Елена Сергеевна

аспирантка

Ульяновский государственный университет, Россия

E-mail: elen_ka2000@mail.ru

Разработка инвестиционной политики базируется на предварительной идентификации достигнутого стратегического инвестиционного уровня предприятия. В процессе такой идентификации должно быть получено четкое представление о целом наборе параметров, характеризующих возможности и ограничения развития инвестиционной деятельности организации. Именно на этом этапе и должна происходить оценка инвестиционной привлекательности фирмы.

Под инвестиционной привлекательностью понимается совокупность значений определенных показателей формальной и неформальной оценки различных аспектов деятельности фирмы, определяемых факторами внешней и внутренней среды.

Для оценки инвестиционной привлекательности, прежде всего, следует оценить финансовые возможности. Очевидно, что чем меньшими средствами для инвестирования располагает фирма, тем менее результативной и эффективной будет реализуемая ею инвестиционная стратегия.

Выбор инвестиционной политики будет зависеть от привлекательности отрасли, возможностей роста фирмы в данной отрасли, от ее конкурентных позиций на рынке. Так, например, сильным компаниям в условиях медленно растущей отрасли целесообразно рассмотреть возможности диверсификации. А компаниям, имеющим устойчивое финансовое положение, современный технический и технологический уровень целесообразно направить усилия в сторону расширения рыночной ниши, повышение качества продукции и т.д.

Этап оценки инвестиционной привлекательности фирмы очень тесно связан с этапом поиска и выбора источников финансирования. Необходимо четко определить, чем анализируемая фирма может заинтересовать потенциального инвестора, почему в нее хотят вкладывать деньги.

Например, фирма может привлечь инвестора, так как относится к тому типу компаний, которые предлагают возможности для получения быстрой финансовой отдачи за счет своего особого положения. Существует три типа подобных компаний:

- Компании, чья стоимость занижена.
- Компании, испытывающие финансовые затруднения. Такие фирмы зачастую могут быть приобретены по договорным ценам. В дальнейшем эти компании могут рассматриваться как долгосрочные капиталовложения в инвестиционном портфеле материнской компании, либо быть проданы с прибылью.
- Компании, имеющие большие возможности для роста, но лишенные возможности инвестирования. Такие привлекательные компании с низкими финансовыми возможностями обычно становятся кандидатами для диверсификации у финансово сильных, но лишенных привлекательности (с точки зрения дальнейшего роста) фирм.

Возможно, в анализируемую компанию захотят инвестировать для диверсификации рисков и стабилизации доходов инвестора за счет участия в отраслях с различной цикличностью развития. Так же нам необходимо определиться с тем, какое финансирование необходимо самой фирме и какой тип инвестора предпочтительнее. Так, например, по целям инвестирования инвесторов подразделяют на стратегических и портфельных. Для стратегического инвестора в качестве главной цели инвестирования, как правило, выступает обеспечение реального участия в стратегическом управлении деятельностью объекта, в который вкладываются средства. Портфельный инвестор, как правило, вкладывает свои средства в разнообразные объекты с разной степенью риска и доходности с целью получения желаемого уровня доходов на вложенные средства. У каждого типа инвестора есть свои положительные и отрицательные стороны.

Соответственно, выбор фирмой того или иного инвестора будет определяться потребностями фирмы и ее способностью привлечь необходимого инвестора. Качество используемого источника, его соответствие специфике инвестиционного проекта - немаловажный фактор успеха инвестиционной деятельности, поскольку этим во многом определяется, насколько продумана и обоснована инвестиционная политика фирмы.

Исходя из оценки инвестиционной привлекательности фирмы, формируется портфель потенциально возможных инвестиций. Таким образом, оценка инвестиционной привлекательности является инструментом принятия управленческих решений и одним из важнейших элементов инвестиционной политики фирмы.

Проблемы мотивации персонала на современных предприятиях

Калимуллина Роза Рашитовна, Кузнецова Альфия Рашитовна

аспирант

Башкирский государственный аграрный университет, Уфа, Россия

E-mail: alfiakuznecova@rambler.ru

Любая человеческая деятельность обусловлена реально существующими потребностями. Внутренние побуждения человека, направленные на достижение

осознанных им целей и интересов представляют собой мотивацию. Реализация мотивационных процессов происходит посредством трудовой деятельности. Поскольку любая деятельность сопряжена с определенными издержками и имеет цену, трудовая деятельность сопряжена затратами физических и моральных усилий. Отсутствие материальных и моральных возможностей для восстановления работоспособности человека может являться главным сдерживающим фактором повышения интенсивности труда работников предприятия. В условиях реформирования системы управления принципиально изменяется подход работников к раскрытию внутреннего потенциала. Если раньше специалисты несколько попустительски относились к выполнению своих функциональных обязанностей, то сейчас они четко знают, что в условиях высокой конкуренции следует развивать не только свой образовательный и профессиональный потенциал, но и выступать в роли активного инициатора нововведений.

Созданные новшества должны отвечать требованиям производства, быть удобными в работе и способствовать облегчению выполнения основных функциональных обязанностей. Для поддержания ожидаемого уровня благосостояния работник может сознательно идти на выполнение сверхурочных работ, либо работ, связанных с неблагоприятными условиями. Оценивая собственные возможные варианты поведения, люди самостоятельно выбирают наиболее короткий путь к желаемому результату. Сила мотива определяется степенью актуальности потребности для человека. Чем выше необходимость в получении того или иного блага, тем активнее действует работник. Однако при наличии противоречий между ожидаемым вознаграждением и затраченными усилиями мотивы к труду могут изменяться. Например, в случае превышения вознаграждения над затраченными усилиями, может произойти расхолаживание работника и, как следствие, снижение раскрытия его потенциала. Создание условий, при которых активная трудовая деятельность приносит заранее зафиксированные результаты, становится необходимым условием удовлетворения социально-значимых потребностей работника и формирования мотивов к труду.

Система стимулирования труда нацелена на более высокое качество выполнения работы и повышение производительности труда. Опыт некоторых восточных стран, высоко поднявших за непродолжительный период времени экономику своей страны, показал, что так называемый «дешевый труд» в действительности таит в себе несколько негативных моментов. Во-первых, производит неразвитого работника, невосприимчивого к возможности зарабатывать больше путем увеличения производительности труда, во-вторых, консервирует уровень организации и условия труда. В-третьих, ведет к чрезмерному износу здоровья и понижению работоспособности человека. Дешевый труд обуславливает низкий уровень жизни, приводит работника к снижению ответственности за качество выполнения продукции и работ, способствует высокому травматизму, снижению социальной и профессиональной мобильности. Большая часть населения нашей страны из-за невозможности противостоять результатам проводимых социально-экономических реформ, не видя реальных перспектив получения благ путем честного добросовестного труда, предпочитают снизить уровень своих притязаний, ограничив собственные потребности. Явление потребительской пассивности порождает трудовую пассивность, снижает эффективность восприятия к стимулам. Трудовая пассивность проявляется в снижении интереса к повышению квалификации, усилению профессионального мастерства.

Таким образом, главными факторами, оказывающими наибольшее влияние на усиление трудовой пассивности, выступают: неудовлетворенность работой, ощущение несправедливости оплаты труда, отсутствие видения перспектив собственного развития, низкий уровень социальной и профессиональной мобильности и другие. В данных условиях проблемы мотивации специалистов могут быть разрешены в тех организациях и на тех предприятиях, руководство которых всецело реформирует сложившуюся

систему управления и меняет собственную кадровую стратегию. Проведение здоровой активной кадровой политики позволит реально повысить трудовую активность специалистов, производительность труда, уровень заработной платы, самооценку, уровень притязаний в усилении квалификационных и профессиональных знаний.

**Адаптация мотивационной теории иерархии потребностей Маслоу
к современной действительности**

Карасёва Юлия Николаевна

аспирантка

Донецкий национальный технический университет, Донецк, Украина

E-mail: karaseva_yulia@mail.ru

Проблема трудовой мотивации является одной из самых актуальных проблем науки и практики управления. Проблема повышения эффективности управления человеческими ресурсами в условиях становления рыночных отношений становится особенно важной на различных уровнях управления. С одной стороны, повышение трудовой мотивации рассматривается как необходимое условие подъема экономики на уровне общества. С другой стороны, от качества трудового потенциала и степени его реализации зависит конкурентоспособность организации, ее выживание в конкурентной борьбе. Проблема повышения эффективности мотивации работников не только очень актуальна, но и очень сложна как в теоретико-методологическом, так и в методическом плане. Несмотря на то, что разработано достаточное количество теорий и проведено большое количество исследований, проблема эффективной мотивации работников до сих пор не разрешена.

Большинство специалистов по теории менеджмента и теории управления персоналом делят современные теории мотивации на две большие условные группы: содержательные и процессуальные.

Содержательные теории мотивации анализируют факторы, оказывающие влияние на мотивацию. Они описывают структуру потребностей, их содержание и связь с мотивацией человека к деятельности и пытаются дать ответ на вопрос: что внутри человека побуждает его к деятельности? [1] К наиболее известным содержательным теориям относятся: теория иерархии потребностей Маслоу; теория существования, связи и роста Альдерфера; теория потребностей МакКлеланда и двухфакторная модель Герцберга. Процессуальные теории анализируют, как человек распределяет свои усилия для достижения определенных целей и как выбирает конкретный вид поведения [2]. К процессуальным теориям прежде всего относят теорию ожидания Врума, теорию справедливости Адамса, теорию постановки целей, теорию оперцентной предопределённости Скиммера и комплексную модель Портера-Лоулера, которая объединяет в себе элементы теорий ожидания и теории полезности.

Следует отметить, что ни одна из теорий не является универсальной, опыт практического применения каждой из этих теорий показал, что ни одна из них не смогла занять лидирующего положения в процессах, связанных с управлением мотивацией работников. Тем не менее, постепенно выделяется область использования каждой из групп теорий мотивации. Содержательные теории используются в странах с низким уровнем жизни населения и там, где не сформировался так называемый «средний класс». В таких странах наиболее острыми проблемами общества являются преодоление экономического кризиса, ликвидация бедности и нищеты, смягчение социального неравенства. Процессуальные теории широко применяются в развитых странах, в которых уровень жизни населения достаточно высокий. В таких странах основу населения составляет достаточно зажиточный «средний класс» с относительно высоким уровнем жизни и уровнем дохода на душу населения. Поэтому для таких стран на первое место выходят проблемы повышения социальной активности населения,

удовлетворение его духовных потребностей, роста качества жизни и обогащения её духовными ценностями. Так как Украина, как и большинство стран СНГ, не может быть отнесена к странам с высоким уровнем жизни, то для её предприятий и организаций наиболее приемлемыми являются содержательные теории.

Среди содержательных теорий наибольшую известность получила теория иерархии потребностей Маслоу, которая более детально и чётко рассматривает потребности отдельной личности. Теории МакКлеланда и Герцберга, несмотря на их отличия, во многом совпадают с иерархией потребностей Маслоу, а различия во многом связаны с терминологией в определении тех или иных потребностей.

Классическую иерархию потребностей Маслоу представляют в виде пирамиды, в которой потребности личности представлены в виде строгой иерархической структуры. Однако потребности любого уровня могут быть дополнительно разделены на подуровни (уровни удовлетворения потребностей одного вида для различных социальных групп населения), которые соответствуют определённому статусу работника. Таким образом, целесообразно выделять минимальный уровень удовлетворения потребностей человека, которые считаются первичными. Этот уровень соответствует прожиточному минимуму и должен быть гарантирован государством любому своему гражданину. Также любой работающий вправе требовать более высокого уровня обеспечения в соответствии с выполненной им работой.

Данный подход позволяет осуществлять «ступенчатый переход» степени удовлетворения потребностей работника при изменении его социального статуса. При этом повышение социального статуса не предполагает удовлетворение только одного дополнительного уровня потребностей (например, в уважении), а предусматривает комплексное изменение удовлетворения потребностей всех уровней: улучшение жилищных условий, получение дополнительных социальных благ, повышение качества медицинского обслуживания и т.д. Использование предложенного подхода органами управления позволит осуществить в определённых рамках замену удовлетворения одних потребностей за счёт удовлетворения других. Например, непрестижность работы может быть компенсирована более высоким уровнем удовлетворения первичных потребностей, которые соответствуют другой, более высокой социальной группе. Подобный подход использовался и ранее, но теперь есть возможность научно обосновывать замену одних видов мотивации другими. Появляется возможность прогнозирования поведения работника во времени. Другими словами, работникам может быть предоставлена возможность создавать определённую базу для перехода из одной группы в другую и, соответственно, повышать свой социальный статус. При этом появляется возможность определить, какое вознаграждение будет для данного работника наиболее желательным (приемлемым).

Предложенный подход может быть также в определённой мере использован для составления социальных прогнозов. Так, например, человек готов выполнить тяжёлую, неприятную или даже опасную работу с целью обеспечить себя и свою семью на уровне определённой социальной группы. После того, когда цель достигнута, человек может отказаться от предыдущей деятельности, которая позволила ему достигнуть определённого социального статуса. Существуют и примеры обратных тенденций: желая улучшить своё материальное положение, человек продаёт свою квартиру в престижном районе и приобретает жильё в менее престижном месте. Таким образом, происходит перераспределение «полезностей» в рамках модифицированного подхода.

Литература

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник для экон. спец. вузов. – М.: Высш. шк., 1994. – 224 с., ил.
2. Колот А.М. Мотивация, стимулирование и оценка персонала: Учеб. пособие. – К.: КНЭУ, 1998. – 224 с.

Крупный и малый бизнес: перспективы взаимоотношений в форме франчайзинга **Качканов Виталий Петрович**

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: kachkanoffv@yandex.ru

История возникновения франчайзинга, его определение, а также сам термин и его происхождение трактуются неоднозначно как в западной, так и отечественной литературе.[1]

Франчайзинг – система договорных отношений между крупной фирмой (франчайзером) и ее малым партнером (франчайзи) по кооперации в области сбыта товаров и услуг.[2]

Институциональной основой сотрудничества крупного и малого бизнеса в форме франчайзинга является контракт.[3]

Франчайзинг широко распространен в странах современной рыночной экономики, а в России делает первые шаги. С его развитием предпринимательство в целом и в особенности малый бизнес получают мощный положительный импульс, что послужит фундаментом для создания так называемого среднего класса - основы стабильности и процветания общества.

Единственным нормативным документом, регулирующим франчайзинг в России, является Гражданский Кодекс Российской Федерации.

Развитие франчайзинга в отечественной экономике позволит привлекать в бизнес лиц, не решающихся завести самостоятельное дело, поможет освоению малым бизнесом новых технологий и расширению ареала деятельности малых предприятий, а также способствует повышению качества подготовки кадров для российского малого предпринимательства.

Формирование полноценных франчайзинговых отношений, обогащение их содержания и расширение сфер их распространения пока сдерживаются недостаточностью и несовершенством правовой базы, проблемами финансово-кредитного порядка, отсутствием должного информационного обеспечения, нехваткой специальных консультационно-посреднических структур. В этой связи назрела, думается, необходимость принятия соответствующего правительственного постановления, в концепции которого могли бы быть учтены и вышеизложенные соображения. [5]

Система франчайзинга эффективна и дееспособна потому, что выгодна как крупному предприятию, так и мелкому. Выгоды крупного предприятия от франчайзинга заключаются в создании франчайзинговой сети, которое обходится значительно дешевле, чем расширение собственной производственно-сбытовой сети, кроме того, франчайзинг готов нести и несет существенную часть инвестиций и финансовых рисков. В результате использования франчайзинга снижаются издержки обращения, повышается эффективность рекламы, внедрения технических и технологических новшеств; возрастает объем продаж и естественно прибыль; появляется возможность скупать лучшие предприятия отрасли.[4]

Выгоды мелкого бизнеса также очевидны, это - возможность на более выгодных условиях открыть собственное дело; возможность снижения первоначальных издержек; использование маркетинга франчайзера, услуг рекламной службы; однородность стандартов продаваемых товаров и услуг позволяет франчайзи свободно себя чувствовать и утвердиться на тех рынках, куда независимой малой фирме пробиться очень трудно, а порой невозможно.

Существуют и проблемы, связанные с функционированием франчайзинга. Возникает конкуренция, с одной стороны, между продавцами и покупателями

франшизы, чего не должно быть. С другой стороны, конкуренция между неоправданно большим количеством покупателей франшизы, что порой приводит к разорению некоторых из них. Во многих случаях при заключении договоров франчайзи несут неоправданное бремя необоснованных условий, обеспечивающих привилегии именно франчайзеру. Возможным выходом из противоречивых ситуаций становится организация в стране ассоциаций покупателей франшиз, призванных защищать интересы франчайзи. Это необходимо учитывать в условиях становления системы франчайзинга у нас в стране.

С учетом всего сказанного перспективность развития франчайзинга в стране не оставляет сомнений. Тенденции к диверсификации малых предприятий свидетельствуют о широких возможностях использования системы франчайзинга.

Литература

1. Рубе В. А. Малый бизнес: история, теория, практика. М., 2000, с.231
2. Силинг С. Практикум по франчайзингу: для российских предпринимателей. М., 1997
3. Сирополис Н. К. Управление малым бизнесом. М., 1997, с. 325
4. Стэнфорд Дж. , Брайан С. , Франчайзинг в малом бизнесе. М., 1996, с. 226
5. Шурус А. , Быченко Н. “Франчайзинговые формы предпринимательства” // Российский экономический журнал, 1998, №1, с.44-47.

Реструктуризация как эффективный способ повышения стоимости компании

Кирпичев Григорий Борисович

аспирант

Северо-Кавказский научный центр высшей школы, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: gkirpichev@mail.ru

Последние годы российский бизнес по-настоящему задумывается над проблемой своей низкой капитализации. Повышение величины акционерного капитала в настоящее время считается приоритетной целью любого уважаемого бизнеса.

Ключевым мотивом для повышения капитализации бизнеса является вопрос привлечения инвестиций. Для компаний, намеревающихся осуществить первичное размещение акций, высокая капитализация позволит увеличить размер средств, привлеченных инвестором за участие в капитале. Для предприятий, которые планируют привлекать средства через всевозможные способы заимствований, повышение капитализации снизит стоимость заемных средств.

Другим немаловажным мотивом для увеличения капитализации выступают намерения акционеров уберечь свою компанию от враждебного поглощения. Такая опасность особенно велика для акционерных обществ, которые недооценены рынком.

Стоит отметить, что рост капитализации необходим компаниям не только тогда, когда они планируют привлекать деньги на фондовом рынке. Высокая капитализация обеспечит престиж менеджменту, возможности слияния на выгодных условиях, перспективы продажи бизнеса стратегическому инвестору. В конечном итоге рыночная капитализация показывает, насколько эффективно осуществляется управление активами.

В данном контексте особого внимания заслуживают компании, функционирующие в низкорентабельных отраслях народного хозяйства. Компания с рентабельностью деятельности менее 5% вряд ли может представлять интересный объект для инвестиций даже при условии распределения всей прибыли среди акционеров. Вместе с тем, рост капитализации будет означать, что стоимость пакетов акций, имеющих у акционеров, растет. Высокая рентабельность вложения капитала является хорошим стимулом для инвестиций в компанию.

Текущая цена акций компании, а соответственно и ее суммарная капитализация, зависит в основном от трех факторов: от оценки величины будущих дивидендов, от

прогноза будущей стоимости акций и коэффициента дисконтирования, принятого для вложений с аналогичным уровнем риска. Очевидно, что все эти параметры имеют весьма высокий уровень неопределенности. По сути, текущая цена акции определяется ожиданиями, которые компания способна внушить потенциальному инвестору. Естественно, что он выше оценит предприятие, продукция которого имеет рыночную перспективу, которое хорошо управляется, имеет четкий план развития и прозрачную структуру. Мощным фактором, обеспечивающим рост стоимости бизнеса и расширение возможностей по привлечению ресурсов, выступает раскрытие деловой информации.

Текущая рыночная стоимость компании (капитализация) не всегда отражает реальную стоимость ее бизнеса, поэтому отдельного внимания заслуживает вопрос определения стоимости компании. Основные методы оценки группируются в три принципиально различных подхода.

Сравнительный подход, называемый в оценке бизнеса методом компании-аналога, основан на допущении, что наибольшая стоимость предприятия определяется наименьшей ценой, которая может быть получена за аналогичное предприятие. Основная идея метода заключается в поиске предприятия-аналога, для которого известна цена акций либо цена сделки при приобретении предприятия.

Затратный подход, также называемый имущественным, заключается в том, что стоимость предприятия соответствует затратам, которые понес владелец на его создание. Доходный подход основывается на допущении, что рациональный инвестор не заплатит за предприятие больше полученных в перспективе доходов, и связан с оценкой ожидаемых финансовых поступлений от деятельности компании. Это наиболее надежный метод оценки, однако он является наиболее сложным и содержит существенную субъективную составляющую.

Для отраслевого инвестора она может быть определена методом аналогичной сделки, либо методом стоимости создания аналогичной бизнес-системы. С точки зрения прямого инвестора стоимость равна сумме всех дисконтированных свободных денежных потоков, которые будут созданы компанией за время ее существования.

В любом случае для положительной динамики стоимости компании необходимо иметь оптимальную структуру бизнес-портфеля, четкую концепцию развития на средне- или долгосрочную перспективу, положительные показатели финансово-хозяйственной деятельности, а также выступать открытой по отношению к инвестиционному сообществу. Однако зачастую хаотичный состав бизнес-портфелей крупных компаний, их сложная структура и избыточная диверсификация, а также неэффективная деятельность корпоративных центров ведут к ухудшению управляемости и снижению рыночной стоимости компании. Финансовые рынки пессимистично относятся к таким компаниям.

Одним из эффективных способов повышения капитализации бизнеса является его реструктуризация. Практика показывает, что даже формальное объявление о планах структурной перестройки компании может привести к росту котировок акций на 5-10%, поскольку оптимистично воспринимается инвесторами.

Основной причиной, почему компании стремятся к реструктуризации, обычно является низкая эффективность их деятельности, которая выражается в неудовлетворительных финансовых показателях, в нехватке оборотных средств, в высоком уровне дебиторской и кредиторской задолженности.

Вместе с тем, структурные преобразования часто проводят и успешные компании, поскольку меняющиеся масштабы бизнеса и рыночные условия требуют адекватного изменения системы управления и проведения реструктуризационных мероприятий. Кроме того, компаниям, достигшим высокого уровня операционной эффективности, совершенствование структуры бизнес-портфеля позволит создать управленческий и финансовый потенциал для дальнейшего роста.

Опыт проведения реструктуризации за рубежом и отечественная практика ее применения позволяют судить о том, что реструктуризация выступает одной из

сложнейших управленческих задач. Она представляет собой процесс, который должен учитывать тип бизнеса, специфику отрасли, тенденции консолидации, инвестиционный климат в стране и отрасли. Поэтому реструктуризацию необходимо проводить, сформулировав ее концепцию и выделив четкие цели, а также определив роль и место каждого из этапов и методов ее осуществления.

В ближайшие годы в нашей стране аналитики прогнозируют усиление реструктуризационных процессов и, в особенности, процессов, направленных на упорядочивание активов, что объясняет актуальность исследования вопросов, связанных с реструктуризацией бизнеса.

Экономика качества в рачительном производстве

Ковалева Анна Витальевна

соискатель

Тульский государственный университет, Россия

E-mail: cdfo@tsu.tula.ru

Главная цель современного предприятия — доставить нашим потребителям удовольствие в виде качественного продукта или услуги. Тем самым, сохраняя или даже увеличивая рынок сбыта, в конечном итоге повышая прибыль предприятия. Но повышение качества изделия неизбежно ведет к повышению затрат на контролирующие функции соответствующих отделов, и в конечном итоге на уменьшение прибыли или увеличении цены продукта. Задача состоит в том, что увеличение уровня качества изделия, т. е. снижение уровня брака, отходов, ошибок, отказов оборудования и т. д., т. к. в конечном итоге вело к уменьшению суммарных потерь и издержек производства.

Именно вследствие этого возникает взаимосвязь качества и эффективности производства продукции. Одним из важных факторов низкой эффективности является размер бесполезных затрат времени, усилий, средств, энергии и т. д.

В производственном процессе это особенно очевидно. Если продукт имеет дефекты, возникает необходимость в значительных расходах на его отправление обратно изготовителю, исправление дефектов, выплату неустойки. К этим расходам следует отнести и затраты на гарантийное обслуживание, выплату потребителю ущерба и оплату всех судебных издержек, если дело об ущербе рассматривается в суде. С точки зрения размера потерь на первом месте — затраченные впустую средства на изготовление негодного продукта, т. е. стоимость израсходованного сырья, всех производственных операций, включая и накладные расходы. С другой стороны фирма, выпускающая некачественную продукцию, теряет свой имидж на рынке, что влечет за собой неизбежную потерю доли рынка, а иногда и потерю всего рынка сбыта продукции и полное банкротство.

Чтобы избежать этого, предприятие может изменить стратегию своего развития и производства, и перераспределить свои ресурсы в область альтернативных издержек на такие действия, чтобы были определенные гарантии по производству продукции соответствующего качества. Таким образом, издержки на достижение качества продукции отвечающего запросам потребителей можно разделить на три составляющие:

1. Превентивные затраты. В них входят затраты на обучение персонала, разработку программ повышения качества и "встраивание" качества в сам процесс его формирования.
2. Затраты на технический контроль. При традиционном подходе, когда не прилагалось больших усилий для того, чтобы заложить качество в проект и процессы, внимание было сосредоточено в основном на техническом контроле. В данном случае не только трудно осуществлять технический контроль, но и возникает безразличное отношение к тому, что продукт имеет дефекты, так как контролер обнаружит их и не пропустит такой продукт к потребителю.

3. Потери от брака. Это уже упоминавшиеся бесполезные затраты средств, потери от переделок, рассмотрения рекламаций, впустую потраченного времени и т. д.

Существует математическая зависимость между инициативами в области повышения качества, сокращением расходов и повышением доходов компании: $Z_k \leq C_u \cdot H_u \cdot K_\delta$, где Z_k - затраты на мероприятия по повышению качества продукции; C_u - себестоимость изделия; H_u - производственная программа; K_δ - коэффициент брака: $K_\delta = \frac{C_\delta + C_n}{C_\phi}$, где C_δ - стоимость забракованной в процессе производства продукции, руб.; C_n - стоимость продукции, возвращенной потребителем, руб.; C_ϕ - стоимость продукции, фактически реализованной за отчетный период, руб.

Очевидно, что чем ближе величина коэффициента брака к нулю, тем лучше работает предприятие. Таким образом одни и те же затраты на улучшение качества продукции могут дать два варианта развития событий, и соответственно разный результат. Рассмотрим различные варианты на примере затрат по повышению качества продукции изготавливаемой предприятием с применением технологии магнитно-импульсной штамповки (МИШ).

В первом случае (“старый метод”) предусматривает минимальные затраты на повышение качества продукции. Которые идут на функционирование компании 50%. Превентивные затраты 10%. На технический контроль 15%. Исправление брака продукции и замены бракованных изделий, приобретенные потребителем на качественную продукцию 20%. Прибыль составит 5%. В результате таких мероприятий, имидж фирмы стремительно падает и приближается к нулю, рынок сбыта сужается и предприятие несет огромные убытки.

Во втором случае (“новый метод”) значительные затраты идут на повышение качества продукции. Затраты на функционирование компании 50%. Большая доля идет на превентивные затраты по прекращению брака 20%. На контроль продукции предусматривают 5% затрат. Потери от брака полностью исключить невозможно, но они значительно меньше чем в первом случае, затраты составят 5%. Прибыль предприятия значительно выросла и составит 20%.

Увеличение превентивных затрат по прекращению брака способствует выпуску более качественной продукции, которая отвечает современным требованиям покупателя. В конечном итоге это ведет к увеличению рынка сбыта продукции, к снижению издержек и увеличению прибыли предприятия.

Литература

1. Рождественский В.Л. Ступени совершенства ISO 9000:2000/ В.Л. Рождественский. – М.: Реалии, 2002. – 144с.

Информационная система «Финансовая диагностика предприятия» как инструмент поддержки управленческих решений Козин Сергей Владимирович

студент

Марийский государственный технический университет, Йошкар-Ола, Россия

E-mail: svk@list.ru

Эффективное функционирование предприятия требует экономически обоснованного управления его деятельностью, которое базируется на изучении текущей финансово-хозяйственной деятельности. Предлагаемая информационная система (ИС) «Финансовая диагностика предприятия» предназначена для мониторинга производственной деятельности предприятия и проведения его финансового анализа.

Предполагается, что применение разработанной ИС обеспечит принятие качественных управленческих решений, связанных с:

- устойчивым развитием предприятия;
- повышением конкурентоспособности предприятия;
- привлечением дополнительных заемных средств;
- использованием материальных, трудовых и производственных ресурсов;
- выявлением и прогнозированием существующих и потенциальных проблем.

Основная цель информационной системы «Финансовая диагностика предприятия» – предоставление руководящему составу предприятия отчетных материалов, содержащих оценку текущего имущественного и финансово-экономического состояния предприятия, информацию о динамике и тенденциях его развития, описание выявленных внутренних проблем, прогноз развития и рекомендации по корректировке ситуации. Эксперимент по реализации ИС проводится на базе ОАО «Энергия» (тепло и электроснабжение населенных пунктов Республики Марий Эл). Руководству предприятия была предложена специализированная информационная система, поддерживающая комплексный анализ финансово-экономической деятельности предприятия. Предусматривается изучение источников формирования и направлений размещения капитала, эффективность его использования; контроль за финансовой устойчивостью и платежеспособностью предприятия; диагностика использования основных средств, материальных и трудовых ресурсов.

Реализация ИС «Финансовая диагностика предприятия» связана с применением комплекса методов, алгоритмов, программных и аппаратных средств, предназначенных для решения задач сбора, хранения и обработки данных финансовой отчетности предприятия. Необходимое условие внедрения системы – наличие определенного уровня автоматизации предприятия (автоматизированное ведение бухгалтерского учета с выходом на баланс предприятия).

К особенностям предлагаемой ИС можно отнести представление выводов в лаконичном и конструктивном виде. В качестве такого представления было решено использовать формат так называемого SWOT-анализа. Все множество факторов деятельности компании группируется по четырем областям: сильные стороны деятельности предприятия; слабые стороны деятельности предприятия; возможности предприятия, позволяющие ему улучшить свое положение; трудности, с которыми может столкнуться предприятие на пути улучшения своей деятельности. В рамках каждой группы формулируется несколько выводов по результатам диагностики. Эти утверждения связаны с какими-либо показателями или свойствами предприятия. Важно отметить, что первые две группы характеризуют текущее состояние предприятия, в то время как две другие связаны с прогнозом состояния предприятия на ближайшую перспективу.

На основе этих основных позиций SWOT-анализа менеджмент предприятия может сформулировать рекомендации по основным направлениям улучшения деятельности.

Разработка информационной системы «Финансовая диагностика предприятия» проходила в несколько этапов:

- 1) изучены финансовые потоки и особенности финансовой отчетности ОАО «Энергия»;
- 2) создана информационная модель процесса финансового анализа в ОАО «Энергия»;
- 3) сформулированы требования к:
 - техническому обеспечению ИС;
 - информационному обеспечению ИС;
 - программному обеспечению ИС;
 - организационному обеспечению ИС.

В настоящее время в стадии разработки находится программное обеспечение ИС.

Введение ИС «Финансовая диагностика предприятия» в полном объеме позволит систематически анализировать финансовое состояние ОАО «Энергия» и делать выводы о причинах возможного ухудшения деятельности предприятия, намечать пути дальнейшего развития.

Особенности мирового рынка рекламы: сравнительная характеристика *Козлов Евгений Николаевич*

студент

Харьковский национальный экономический университет, Харьков, Украина

E-mail: ujeen112@rambler.ru

Мировой рынок рекламы – среда, в которой в условиях реальной конкуренции осуществляются рекламные мероприятия. Знание особенностей, состояния и тенденций развития мирового рынка рекламы представляется необходимым для подготовки и проведения достаточно профессиональных и адаптивных маркетинговому окружению рекламных кампаний.

Изменение в рекламе объясняется ее высокой динамичностью. Она мгновенно реагирует на события, происходящие на рынке, и служит их индикатором.

Трудности со сбытом продукции и услуг затрудняются не только обостряющейся конкуренцией. Возникают новые, нетрадиционные, проблемы: энергетические, топливные и сырьевые кризисы, жизненно важная необходимость защиты окружающей среды. Меняется социально-демографическое состояние общества, растет уровень образования, набирает силу общественное явление, целью которого является защита прав потребителя. Для конкуренции с транснациональными корпорациями, сконцентрировавшими в своих руках огромные финансовые, производственные и научно-технические ресурсы, фирмам приходится интенсивно продвигать и рекламировать свои товары и услуги.

В этих условиях борьба за потребителя становится все более изощренной. Новизна и совершенство изделия для него теперь зачастую важнее, чем цена. На современном рынке побеждает тот, кто наряду с принципиально новым изделием предлагает более совершенные услуги, формы и методы сбыта.

В жестких условиях конкуренции при создании рекламы заказчик всегда должен ориентироваться на национальные особенности покупателей страны, в которой идет рекламная кампания. Так, например, рекламный клип о молодой хозяйке, упавшей в обморок от счастья покупки стиральной машины, в Западной Европе вызвал бы недоумение. Этот сюжет был бы расценен как о бедности, а не о радости приобретения необходимой в домашних условиях хозяйственной вещи. Однако в Украине до сих пор важна социальная реклама, вызывающая сентиментальные чувства при просмотре. Так, допустим, если в какой-нибудь провинции запустят ролик, где рекламировать стиральный порошок будет какая-нибудь западная знаменитость, местные продажи порошка вряд ли возрастут. Совершенно другой эффект вызовет рекламный ролик с участием Верки Сердючки, которая близка и очень любима потребителями. Европейской рекламе приходится продавать более дорогие вещи и проявлять больше изобретательности. Европейцы уже не реагируют на завораживающий визуальный или музыкальный ряд, зовущий пить кофе, пиво, тянуться за йогуртом, чипсами и пр. Немцев, согласно статистическому исследованию, наиболее способна заинтересовать реклама, которая рассмешит или эпатирует.[2] Т.е. на западе рынок настолько плотный, что у рекламистов нет другого выхода, кроме как искать новый, революционный способ подачи рекламного сообщения, чтобы заставить обратить на себя внимание потенциального потребителя.

Расходы на рекламу представляют собой весомую часть бюджетов зарубежных промышленных фирм. В США только на рекламу в средствах массовой информации

тратиться более 5% суммарных расходов на производство и реализацию товаров. У фирм, изготавливающих предметы массового потребления, доля намного выше. У производителей лекарств – 20%, духов и косметики – 13,8%, кухонных принадлежностей – 12,8%, спиртных напитков – 11,9%, галантереи – 9,4%, моющих средств – 8%. Во многом высокий уровень отчислений на рекламу в ведущих промышленно развитых странах объясняется высокими ставками за рекламное место или эфирное время в наиболее эффективных средствах массовой информации. А в Украине компания в среднем тратит на рекламу своей продукции в 85 раз меньше, чем аналогичные компании в США. [1]

Экономический рост ведет к уменьшению рекламных бюджетов. По утверждению организаторов международного фестиваля рекламы, “бедные” более изобретательны, поэтому креативу уделяется особое внимание. Так, на последнем международном фестивале рекламы ADC, проводимом в 2004 году в Берлине, были представлены очень яркие и запоминающиеся ролики. Благоклонно публика восприняла добрый немецкий юмор. Натюрморт: завтрак и записка на тарелке “Привет, дорогая, подай мне, пожалуйста, масло”. Итог: “Никто в Европе не доставляет почту быстрее, чем Берлинская почта”. На фестивале пристальное внимание уделялось автомобилям. Например, телеролик о красоте природы, летнем дожде и любви к близким сопровождается мелодией песни Пресли “Only you”. И перед зрителями предел мечтаний – автомобиль. Еще один характерный для мирового рынка рекламы процесс – постоянная концентрация рекламной деятельности. Из группы рекламодателей и рекламных агентов выделяются и с каждым годом усиливают позиции корпорации, сосредотачивающие в своих руках наиболее прибыльную часть рекламной деятельности и все в больших масштабах подчиняющих себе средства распространения рекламы. Самое ошутимое влияние на изменения, происходящие на рынке рекламных услуг, оказывают рекламодатели. Ими являются не только промышленные фирмы, производящие товары, но и сервисные, предлагающие услуги в изыскании, проектировании, транспортировке, финансировании, консультировании и т.д.

В последнее время рекламные ролики начали немного подвигать фильмы со скрытой рекламой. По словам продюсера телекомпании “Фильм.UA” производство одного видео фильма обходится в \$50-200 тыс., качественный ролик стоит около \$70 тыс. [1] При этом затраты на фильм многократно окупаются – заказчик рекламы становится обладателем очень большой доли авторских прав на фильм и получает доходы от его проката. Что же касается роликов на несколько месяцев, то эффект от их проката подсчитать практически невозможно. Как отмечают большинство маркетологов, реклама делает бренд узнаваемым, но не формирует лояльность к нему. Что же касается фильмов, то этот способ рекламы позволяет обходить некоторые положения Закона о рекламе, который на фильмы не распространяется.

Литература

1. Колядюк Р.И. “Брендинг в Украине” // Маркетинг в Украине, 2004, №6, с. 23-31
2. Уткин Э.А. Справочник по маркетингу. М., 1998, с.219
3. Энджел Д. Поведение потребителей – СПб., 1999, с.368

Кластеризация как фактор повышения конкурентоспособности Литовской промышленности

Коробейников К.С., Шаева С.П., Юргутис Л.В.

аспирант

Каунасский технологический университет, Каунас, Литва

E-mail: konstantinas@gmail.com

Очевидно, что в современной экономике, особенно в условиях глобализации, отдельным участникам рынка сложно достичь высокого уровня внешнеэкономической

конкурентоспособности. Для этого недостаточно ни ресурсов, ни компетенции. Как показывает практика развития успешных фирм и преуспевающих экономических систем, наиболее эффективной формой экономического роста является формирование партнерских сетей, кластеров и других общих форм сотрудничества и взаимодействия, при которых достигается синергетический эффект. Именно такие отношения сотрудничества, предполагающего обмен ресурсами, технологиями и ноу-хау, способствуют укреплению конкурентоспособности и обеспечению устойчивого развития экономики страны.

В экономической литературе под **кластером** понимается сеть независимых производственных и/или сервисных фирм (включая их поставщиков), создателей инновационных технологий (университеты, научно-исследовательские институты, инжиниринговые компании), связующих рыночных институтов (брокеры, консультанты) и потребителей, взаимодействующих друг с другом в рамках единой цепочки создания стоимости.

Создание кластеров влияет на конкурентоспособность отдельных регионов следующим образом:

- повышает производительность промышленных отраслей в целом и их формирующих компаний в частности;
- обеспечивает доступ для более эффективного использования квалифицированной рабочей силы, информации, специализированных производственных технологий и др.;
- способствует созданию инфраструктуры, необходимой для внедрений инновационных технологий;
- способствует развитию новых отраслей экономики.

Преимущество кластеров наблюдается по всем направлениям кластерных связей. Новые производители, приходящие из других отраслей, ускоряют развитие конкретного сектора экономики. Происходит свободный обмен информацией и быстрое распространение инноваций по каналам поставщиков или потребителей, имеющих контакты с многочисленными конкурентами. Взаимосвязи внутри кластера ведут к разработке новых путей в конкуренции и порождают совершенно новые возможности. Все предприятия из кластера взаимосвязанных отраслей делают инвестиции в специализированные, но родственные технологии, в информацию, инфраструктуру, человеческие ресурсы, что ведет к массовому возникновению новых фирм. В процессе развития кластера экономические ресурсы начинают притекать к нему из изолированных отраслей, которые не могут использовать их также продуктивно. Кластеры являются причиной крупных капиталовложений и пристального внимания правительства. Для Литвы, в мае 2004 года вступившей в Евросоюз, создание и развитие кластеров является особо актуальным вопросом, поскольку рост экономики страны напрямую зависит от ее конкурентоспособности на Общем рынке. Основываясь на фактах исследований, проведенных в 2004 году по инициативе Министерства экономики Литвы и Каунасского технологического университета, можно утверждать, что в стране сформировались достаточно благоприятные условия для развития промышленных кластеров. Основными из них являются:

- макроэкономическая стабильность;
- высокий экономический рост;
- хорошо развитая инфраструктура;
- устойчивый интерес к созданию новых и развитию уже существующих кластеров.

Результаты исследований позволяют говорить о наличии потенциальных кластеров на базе таких отраслей, как деревообрабатывающая и мебельная, текстильная и швейная, пищевая промышленность и отрасль мехатроники (см. таблицу 1). В таблице 1 перечисленные кластеры классифицированы по степени их „зрелости“. В категорию

сильных кластеров не попадает ни один из промышленных секторов Литвы. Устойчивый кластер, к которому отнесена деревообрабатывающая и мебельная промышленность, демонстрирует позитивную динамику становления всех элементов кластера и внутрикластерного взаимодействия, однако этот кластер пока еще не достиг необходимого уровня развития для получения уверенных выгод от агломерации. Потенциальные кластеры - текстильная и швейная промышленность, отрасль мехатроники, пищевая промышленность - характеризуются неравномерным развитием структуры кластера, однако при этом существуют выраженные конкурентные преимущества, способствующие их дальнейшему развитию. Латентные кластеры, к которым были отнесены химическая, информационные технологии и телекоммуникации, металлообрабатывающая промышленность, в целом весьма далеки от полноценной кластерной структуры и процессы ее формирования происходят достаточно медленно.

Таблица 1. Промышленные кластеры Литвы

Тип	Кластер	Некоторые ведущие компании
Сильный	Отсутствует	***
Устойчивый	Деревоперерабатывающая и мебельная промышленность	„SBA koncernas“, „Libra grupe“, „Baltijos baldų grupe“, „Baltic American Concord“
Потенциальный	Пищевая промышленность	„Svyturys“, „Kalnapilis“, „Žemaitijos pienas“, „Pieno žvaigždės“, „Rokiskio suris“,
	Текстильная и швейная промышленность	„ECG“ (Europen Clothing Group), „E5-mode“, „Linās“, „Klasikine tekstilė“, „Linu audiniai“, „Siulas“, „A Grupe“, „Linolitas“, „Naujoji tekstilė“
	Мехатроника	„Ekranas“, „Vilniaus Vingis“, „Tauro televizoriai“, „Elinta“, „GTV“
Латентный	Химическая	„Achema“, „Durpeta“, „Biok“
	Информационные технологии и телекоммуникации	„Penki Kontinentai“, „Technogama“, „Sintagma“, „Saules spektras“
	Металлообрабатывающая	„KTU Gynybos technologiju institutas“, „Snaige“

Безусловно, промышленные кластеры Литвы только начинают формироваться, но успешное начало этому процессу положено, что создает большие возможности для развития конкурентоспособности страны в будущем.

Функциональная модель инновационного развития предприятия

Кочеткова Олеся Вячеславовна

аспирантка

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.Шухова, Россия

E-mail: oonirs@intbel.ru

Осуществление перехода экономической системы государства к качественно новому состоянию потребовало объективного, глубоко научного анализа современного общественного развития, который обозначил инновационную деятельность в качестве наиболее существенного фактора, определяющего количественные и качественные параметры функционирования экономической системы любого уровня сложности. В связи с этим, в современных условиях возникает объективная необходимость моделирования принципов и процессов развития.

Исследователи утверждают, что обратимые изменения характерны для процессов функционирования, то есть циклического воспроизведения постоянной системы связей и отношений. При отсутствии направленности изменения не могут накапливаться, что лишает процесс свойственной для развития единой, внутренне взаимосвязанной линии, а отсутствие закономерностей характеризует случайные изменения катастрофического типа. Существенную характеристику развития составляет время, поскольку всякое развитие осуществляется в реальном времени и только время выявляет его направленность. Таким образом, в качестве исходного принципа в работе отстаивается тот факт, что теоретическая реализация определенных функций в модели позволит достичь практического развития предприятия посредством инноваций.

Анализ экономической практики дает возможность утверждать, что между моделью и объектом, интересующим исследователя, должно существовать известное подобие. Оно может заключаться либо в сходстве физических характеристик модели и объекта, либо в сходстве функций, осуществляемых моделью и объектом, либо в тождестве математического описания «поведения» объекта и его модели. В каждом конкретном случае модель может исполнить свою роль тогда, когда степень ее соответствия объекту определена достаточно строго.

В аспекте вышеизложенного следует сделать предположение о наличии, по меньшей мере, трех основных функций, соответствующих закономерностям инновационного развития. К ним можно отнести следующие:

- реализация инновационной стратегии как обобщающей модели действий, необходимых для достижения поставленных целей, напрямую связанной с реакцией предприятия на происходящие изменения. Проведенные исследования привели к выявлению различных типов реакций (производственная, конкурентная, предпринимательская, инновационная) и повлекли за собой значительные изменения в системе управления, что обозначило появление определенных для подобного рода организаций свойств, таких как чувствительность (способность предприятия предвидеть проблемы и возможности и формулировать стратегические ответы для приспособления к изменениям в окружении); экспериментирование (уровень и способы тестирования новых идей в организации); внутренняя коммуникабельность (способность распространять релевантную информацию по своим подразделениям); готовность к риску (желание инвестировать в новые продукты и процессы в условиях неопределенности не от безвыходности, а от стремления к совершенству); абсорбционность (способность контролировать нарушения, вызываемые экспериментированием, изменениями и инновациями). На основе перечисленных черт сформулировано такое отдельное качество организации, как инновационность;
- соблюдение методологических принципов формирования системы экономических отношений, содержание которых может быть представлено набором следующих положений: а) экономические отношения являются основой существования объективных экономических и социальных законов, обозначающей единство и связь, взаимозависимость и цельность мирового процесса; б) экономические отношения строго структурированы и имеют четкие взаимосвязи и взаимозависимости, что определяет их функционирование как эффективного механизма построения практической (экономической) деятельности людей в процессе инновационного развития экономики; в) экономические отношения различаются сторонами отношений, объектами, способами реализации, сферами осуществления и фазами движения в процессе экономического кругооборота. Приведенные методологические принципы формирования системы экономических отношений на современном этапе инновационного развития экономики определяют эффективную реализацию положений инновационной политики территории;

- управление формированием и развитием инновационного потенциала, который определяется способностью и готовностью предприятия осуществлять эффективную инновационную деятельность. Способность - это наличие и сбалансированность структуры потенциала (ресурсов, необходимых для инновационной деятельности). Готовность - это достаточность уровня развития потенциала и имеющихся ресурсов для осуществления инновационной деятельности.

Подводя некоторый итог, можно заключить, что построение модели инновационного развития предприятия посредством реализации вышеобозначенных функций позволит практически применить действие экономических законов в российской экономике.

Применение опережающих баз сравнения при формировании стратегии повышения качества продукции

Кришталь Николай Васильевич

аспирант

Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет

E-mail: komissariat@mail.ru

Конкурентоспособность современной отечественной промышленной продукции остается очень низкой [2]. Необходимо постоянно заниматься повышением качества и снижением цены потребления с использованием опережающих баз сравнения.

Требуется постоянное возобновление производства объекта для удовлетворения потребностей конкретного рынка с меньшими (по сравнению с лучшим аналогичным объектом на данном рынке) совокупными затратами на единицу полезного эффекта. Каждая новая модель должна быть лучше заменяемой [1].

Требования к применению опережающих баз сравнения:

- 1) база сравнения должна отвечать достижениям научно-технического прогресса в данной области до приобретения объекта потребителем, удовлетворять требованиям потребителей не к моменту планирования производства или разработки объекта, а в момент приобретения объекта потребителем.
- 2) трактовка закона экономии времени как экономии суммы оплаты труда прошлой, настоящей и будущей за жизненный цикл объекта на единицу его полезного эффекта.
- 3) рассмотрение во взаимосвязи воспроизводственного цикла выпускаемой, проектируемой и перспективной моделей объекта в зависимости от времени [3].

Применение опережающей базы сравнения при планировании новшеств базируется на следующих альтернативных подходах:

- а) база сравнения – показатели лучшего образца продукции конкурентов на данном рынке в текущий момент.
- б) база сравнения – показатели лучшего образца конкурентов, скорректированные на возрастание потребностей потребителей к началу освоения нового образца товара.

Процесс прогнозирования стратегии повышения качества товара и снижения цены потребления требует проведения маркетинговых исследований с целью определения отставания товара фирмы от товаров конкурентов на данном рынке по важнейшим параметрам качества и ресурсоемкости.

Нужно время для реализации плановых параметров будущего товара в конструкторской, технологической документации, для его изготовления и внедрения у потребителя. Для оценки показателей качества используются методы из [4].

При ориентации стратегии повышения качества товара и снижения цены потребления на лучший образец конкурентов к моменту внедрения нового образца у потребителя отставание от лучших достижений конкурентов и возрастания требований потребителей (тенденций научно-технического прогресса) будет еще больше. Поэтому ориентация плановых показателей нового образца на показатели лучшего образца на

данном рынке не обеспечит конкурентоспособности нового образца. Эта стратегия приемлема при достаточно высоком имидже фирмы или товара, существовании крайней необходимости улучшения каких-либо показателей качества товара и при ограниченности ресурсов на повышение качества товара [3].

Некоторые фирмы стратегию повышения качества товара ориентируют на тенденции научно-технического прогресса в данной области, на начало освоения нового образца в серийном производстве. Эта стратегия приемлема при отсутствии качественной информации (высокой неопределенности решения), экспериментальной базы и средств для коренного улучшения товара. Фирмы, ставящие целью выход в лидеры на данном рынке с новым товаром, должны применять опережающую базу сравнения, то есть прогнозировать тенденции НТП в данной области на период внедрения нового товара у потребителя.

Список использованной литературы

1. Управление затратами на предприятии / В.Г. Лебедев, Т.Г. Дроздова, В.П. Кустарев и др.; Под общ. ред. Г.А. Краюхина. СПб.: Бизнес-пресса, 2000.
2. Окрепилов В.В. Управление качеством и конкурентоспособностью. СПб., 1997.
3. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. М.: Эксмо, 2004.
4. Федюкин В.К., Дурнев В.Д., Лебедев В.Г. Основы машиноведения: Методы оценки технического уровня машин: Учебное пособие. – СПб.: СПбГИЭА, 1999. – 141 с.

Формирование бюджета продаж с учетом жизненного цикла продукта

Кузнецова Наталья Викторовна

соискатель

Волгоградский государственный технический университет, Россия

E-mail: nkuznetsova@yandex.ru

В настоящее время менеджеры высшего звена в условиях острой конкурентной борьбы, постоянной изменчивости внешней среды, а также ограниченности производственных и финансовых ресурсов вынуждены искать эффективные методы управления предприятием. По мнению ряда специалистов одним из таких методов является бюджетирование. При этом представляется необходимым, чтобы система бюджетирования не только снабжала руководителя наиболее полной информацией о финансово-хозяйственной деятельности предприятия, но и позволяла предусматривать многовариантность направлений его развития, возникающую в результате имеющейся нестабильности. Следовательно, формирование бюджета должно вестись в двух разрезах: оптимистическом (с учетом возможного улучшения ситуации) и пессимистическом (с учетом возможного ухудшения ситуации).

Отправной точкой формирования бюджета предприятия является бюджет продаж – подбюджет, сформированный на основе реальных возможностей по производству продукции и оказанию услуг и отражающий сбытовую политику предприятия по отношению к каждому клиенту [1] в разрезе продуктов (или групп продуктов, в случае если ассортимент достаточно велик).

В литературе [2,3] подробно рассмотрены различные методы, посредством которых можно определить выручку от реализации продукции и услуг (объем продаж) в прогнозируемом периоде. Однако для формирования оптимистического и пессимистического бюджетов необходимо рассчитать возможные отклонения реального объема продаж от первоначально прогнозируемой величины. Данные отклонения носят вероятностный характер и связаны с улучшением или ухудшением текущей ситуации. Для количественной оценки возможных отклонений представляется целесообразным разработать классификацию маркетинговых факторов, оказывающих заметное влияние на объем продаж. В соответствии с теорией жизненного цикла [4] все продукты и услуги предприятия проходят четыре основные стадии: внедрение, рост, зрелость и спад. При

этом один и тот же фактор часто имеет различный приоритет на различных этапах жизненного цикла (см. таблицу).

Фактор	Приоритет			
	Внедрение	Рост	Зрелость	Спад
Цена	6	5	1	6
Качество	5	6	2	2
Обслуживание	8	8	5	4
Каналы сбыта	3	1	3	5
Ассортимент	9	10	6	1
Дизайн, упаковка	4	7	8	7
Доставка	10	9	9	3
Известность брэнда	2	3	10	10
Мода и здоровье	7	4	4	8
Реклама	1	2	7	9

Для примера рассмотрим продукт, который находится на стадии внедрения. На этом этапе основным фактором, воздействующим на объем продаж, является реклама. Увеличение ее масштабности, повышения эффективности и т.п. может привести к росту объема продаж, который необходимо учесть при составлении оптимистического бюджета, и, соответственно, отказ от ряда рекламных мероприятий, уменьшение степени охвата целевой аудитории может вызвать обратный эффект, который необходимо будет учесть при составлении пессимистического бюджета.

Данная методика была опробована на ОАО “Каустик” г. Волгоград при внедрении системы бюджетирования. Первоначально по продукту “Белизна” отделом сбыта был запланирован спрос исходя из фактических показателей. После проведения анализа сбытовой деятельности предприятия было выявлено, что отдел изучения конъюнктуры рынка совместно с производственным отделом во втором полугодии 2004 года планирует внесение ряда изменений в товары бытовой химии (обновление упаковки, небольшие изменения рецептуры, проведения дополнительной рекламной компании), что в свою очередь должно вызвать повышение спроса на продукцию. После обсуждения, коммерческим директором было принято решение о внесении корректировок, учитывающих результаты маркетинговых исследований, в бюджет продаж. План-фактный анализ сбыта продукции 3-го квартала показал удовлетворительное соответствие запланированного и фактического объема продаж.

Литература

1. Кузнецова Н.В. Бюджет продаж, как ключевая составляющая общего механизма управления предприятием // Краевые задачи и математическое моделирование: сб. тр. 7-и Всероссийской научной конференции. Новокузнецк, 2004. С.107-109.
2. Бушуева Л.И. Методы прогнозирования объема продаж // Маркетинг в России и за рубежом, 2002, №1, С. 23-28.
3. Мазманова Б.Г. Методические вопросы прогнозирования сбыта // Маркетинг в России и за рубежом, 2000, №1, С. 17-21.
4. Эванс Д., Берман Б. Маркетинг. М., 1996, с. 320

О проблеме развития семейного предпринимательства в Узбекистане

Кувондигов Шухрат Облокулович

аспирант

Самаркандский государственный университет, Самарканд, Узбекистан

E-mail: shuhratq@rambler.ru

В современной экономической ситуации происходит возрождение традиционной организации производства в рамках отдельного домохозяйства. Сегодня такие

производственные единицы называются семейными предприятиями, где предпринимателями являются граждане, занимающиеся частным трудом на основании государственной регистрации. В семейном предприятии использование наемного труда возможно, однако в качестве наемных рабочих могут привлекаться только родственники инициатора – и главного хозяина - предприятия.

Семейные предприятия составляют значительную экономически активную часть малых предприятий по стране в целом. При этом среди общего спектра малых предприятий именно семейные отличаются наибольшей успешностью. Следует заметить, что такая ситуация является для Узбекистана традиционной. Современный бизнес стоит на пороге создания новых семейных кланов, ветви которых непрерывно разрастаются, экономические и семейные отношения переплетаются.

Основной долей производства в такого рода предприятиях является создание материальных благ и услуг при помощи ручного труда или незначительной механизации трудового процесса. В последнее время на рынке труда появились предложения информационных услуг на базе высоких технологий, однако это скорее относится к проблемам завтрашнего дня. Особое место в системе работы семейного предприятия занимает посредническая деятельность, в рамках которой предприятия описываемого типа, занимающиеся торговлей, обеспечивают продвижение продовольственных и непродовольственных товаров от их производителей к потребителям [1].

В связи с реформами в сельской экономике появился новый тип домохозяйства – фермерство и дехканское хозяйство, как особый тип предприятий в условиях рыночных отношений на базе аграрного сектора. В октябре 2003 года Президент Республики Узбекистан И.А.Каримов подписал закон «О развитии концепции фермерского хозяйства на 2004-2006 годы», определяющий фермерское хозяйство как единого сельскохозяйственного товаропроизводителя, равноправного с другими формами хозяйствования. Этот закон явился результатом долгого опытного пути в поисках методов проведения земельной реформы, в итоге которых предполагалось создать многоукладное, экономически эффективное сельскохозяйственное производство. Сегодня сельское домохозяйство, называемое фермерским, переживает период расцвета. Таких хозяйств в Узбекистане на сегодняшний день насчитывается 85.5 тыс. В распоряжении фермеров находится около 2.9 млн. га сельхозугодий[2].

Наши исследования позволяют сделать некоторые общие выводы, обобщающие и подводящие итог под развернутым анализом современной ситуации в сфере домохозяйства в Узбекистане.

Домохозяйство как субъект микроэкономики, выступает активным участником рынка. В частности, на финансовом рынке домохозяйство оказывается вынужденным обеспечивать свою деятельность разнообразными и разнохарактерными финансовыми процедурами. Знание и анализ пропорционального содержания и распределения данной структуры важны для выстраивания правильной маркетинговой и рекламной политики в нужном направлении, с учетом всех возможных вариативных колебаний, а главное, с реализацией возможности поддержки нужных тенденций.

Домохозяйства, реализуя себя в качестве экономического объекта, являются потребителями товаров и услуг, реализуя себя в качестве экономического субъекта – потребляют товары и услуги. Разные стороны проявления экономической активности свидетельствуют об особой институциональной гибкости и устойчивости домохозяйства, сохраняющего свои структурные свойства и в неблагоприятных условиях. Домохозяйство, как субъект экономических отношений, широко вариативно, подвижно и легко поддается социально-экономическим модификациям.

Одним из важнейших фундаментальных компонентов домохозяйства является семья – один из самых консервативных социальных институтов. Из нашего исследования вытекает утверждение о единстве сложно переплетенного комплекса

«семья–домохозяйство», обладающего сложной субъектно-объектной, исторически изменчивой природой. При этом домохозяйство не сливается с семьей, будучи связано с ней неразрывными нитями. Семья как феномен социально-идеологического уровня может существовать без домохозяйства (в исключительных случаях они могут существовать даже на расстоянии), однако домохозяйство развивается только на базе существования конкретной семьи.

Литература.

1. Сергеев.Д.В. Институциональные особенности домохозяйства в постперестроечной России.М.,2003г.
2. «Народное слово» / 2005г 29 январь, №20(3565) с.1-3.

Изучение лояльности потребителей при реализации концепции социально-этического маркетинга **Кудимова Екатерина Евгеньевна**

студентка

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства , Россия
E-mail: gr@tl.ru

В последние несколько лет в нашей стране наблюдается повышенный интерес к маркетингу как к рыночной концепции управления производством и реализацией товаров и услуг. При этом предприятия (фирмы) могут использовать маркетинг как:

- торговую деятельность (потребитель, как правило, лоялен, товар хорошего качества, цена приемлема, и требуются лишь незначительные усилия по сбыту),
- систему мероприятий по реализации товара (потребитель разборчив и капризен, много аналогов товара, цены сдерживают спрос; требуются специальные усилия по продвижению товара и увеличению продаж – изучение рынка, политика цен, стимулирование сбыта, доработка товара, упаковки, послепродажное обслуживание),
- рыночную концепцию управления фирмой (затруднительная реализация товара, требуются усилия по реструктуризации фирмы и введение маркетинговой дисциплины на всем предприятии),
- философию бизнеса (реализация товара зависит от конкурентоспособности товара, фирмы, персонала; необходимо наличие корпоративной маркетинговой культуры, использование принципов социально-этического маркетинга).

В первых двух случаях на первом месте стоит учет потребностей предприятия, в последних двух – учет потребностей покупателей.

К сожалению, применение социально-этического маркетинга сегодня носит локальный характер, и его необходимость признается далеко не всеми. Вопросы об удовлетворении запросов потребителей часто уходят на второй план, уступая место главной цели бизнеса – получению прибыли.

Эффективность выбранной маркетинговой стратегии (прежде всего, это касается позиционирования и продвижения продукции) выше, если она построена на учете данных о количестве лояльных и приверженных покупателей и факторов, определяющих их поведение. Отслеживание подобной информации поможет сократить затраты на проведение рекламных кампаний, которые порой дезориентируют покупателей и заставляют переходить на марки-конкуренты.

В рамках научно-исследовательской работы по изучению потребительских предпочтений пива среди жителей г. Пензы были рассмотрены вопросы, касающиеся лояльности и приверженности. По итогам исследования рынка пива г. Пензы, в розничных точках города представлено более 20 марок пива различных производителей: ООО «Самко», ОАО «Визит» (региональные производители), ОАО «Балтика», комбинат

«Очаково», ЗАО «Красный Восток», ОАО «Ярпиво», ООО «СтарДистрибьюшн Компани» и др.

Опрос потребителей (180 чел.) показал, что самыми часто покупаемыми марками являются следующие (в % к числу опрошенных): «Самко» - 17,3 %; «Визит» - 17,03 %; «Балтика» - 15,41 %; «Клинское» - 10,27 %; «Penza Beer» - 7,84 % и «Miller» - 6,5 %.

Анализ предпочтений респондентов, дифференцированных по возрасту, показал, что наибольшей популярностью пользуются сорта «Самко» и «Penza Beer» вследствие того, что при приемлемом качестве они доступны всем слоям населения по цене (по 23 – 28 % в каждой из возрастных групп). В сегменте 35 – 44 лет конкуренцию ООО «Самко» составляет продукция ОАО «Визит», так как данная компания успешно позиционирует свое пиво для людей среднего возраста. Молодежь (18 – 34 года) наравне с более дешевыми сортами завода «Самко» выделяет «Балтику №3» и «Балтику №7». Можно также отметить успехи пива марки «Миллер» (в среднем по 11 % в каждом из сегментов за исключением последнего (старше 55 лет).

64,45 % респондентов постоянно пробуют и покупают новые марки пива, 20 % – являются приверженцами только одной марки и не испытывают желания менять свои предпочтения или пробовать что-то иное.

Влияние на характер потребления пива оказывают следующие факторы: уровень дохода, вкус и цена пива, причем, ценовой фактор занимает ведущие позиции при формировании потребительского предпочтения.

Получаемые в результате подобного исследования данные позволяют производителям получить неоценимое конкурентное преимущество.

Формирование приверженных, или постоянных, покупателей требует от компании постоянного соответствия ожиданиям потребителей или превышения их, поддержания веры потребителей в то, что компания ценит своих потребителей и делает все возможное для решения их проблем (это должно отражаться в концепции брэнда и рекламных компаниях, особенностях товарной, ценовой и распределительной политик).

Повышение эффективности работы предприятия на основе инвестиционной деятельности

Кучер Вячеслав Анатольевич

молодой ученый

Донецкий национальный технический университет, Донецк, Украина

E-mail: vertlok@rambler.ru

Сложившаяся экономическая ситуация на Украине характеризуется высоким уровнем сложности. Производственные фонды многих предприятий сильно устарели, их износ составляет 70 – 80%, а выпускаемая ими продукция является неконкурентоспособной. В то же время многие из действующих предприятий представляют интерес для иностранных инвесторов. Это объясняется тем, что нерентабельные предприятия имеют низкую приватизационную стоимость. При этом капитальные инвестиции должны выступать как средство прогрессивных изменений в структуре производства на предприятии. Однако, на наш взгляд, не следует спешить с продажей украинских предприятий иностранному инвестору, так как при относительно небольших капитальных инвестициях большинство из них может начать приносить прибыль. Особенно это характерно для таких предприятий инвестиционного комплекса как машиностроение, металлургия, строительная индустрия и прочих.

Для каждой из указанных отраслей промышленности являются характерными особенности структурных связей производственного процесса, но в конечном итоге их главные цели подчинены основному закону рынка – максимизации получения прибыли. Поэтому инвестиционная политика относительно реорганизации производства может осуществляться на основе условно равнозначных механизмов планирования.

Согласно разработанной нами методике определение приоритетных направлений инвестиционной деятельности может осуществляться следующим образом. На первом макроуровне укрупненным методом определяется конкурентоспособность по различным отраслям промышленности и анализируется целесообразность инвестирования каждой отрасли. Отметим, что при распределении инвестиций необходимо также спланировать решение социальных вопросов, которые являются актуальными для всех регионов Украины. Поэтому для наглядности необходимо составить карты инвестиций, которые характеризуют финансовую привлекательность отраслей в различных регионах. Такой способ может существенно облегчить процесс одновременного решения возможных негативных социальных явлений в случае неравномерного распределения инвестиций.

Следующим этапом оценки инвестиционной привлекательности является решение о распределении инвестиций между предприятиями различных отраслей на микроуровне. При этом производится сравнительная характеристика целесообразности финансирования проектов по отдельным предприятиям. Сравнительная оценка может осуществляться по критериям продолжительности реализации инвестиционных проектов и величины ожидаемой прибыли. Включение в план проектирования и строительства новых предприятий, а также реконструкцию, техническое перевооружение или расширение действующих объектов должно основываться на факторах, отражающих передовые технические и экономические решения.

Предложенное распределение инвестиций является сложным многоцелевым процессом планирования, поэтому его реализация представляется возможной с использованием методов экономико-математического и статистического моделирования [1]. Для определения приоритетных направлений инвестирования в развитие различных отраслей и отдельных предприятий внутри каждой отрасли целесообразно использовать методы многомерного регрессионного анализа. На основе такой оценки из большого перечня влияющих на прибыль факторов можно установить наиболее значимые. В дальнейшем при принятии управленческих решений по реализации инвестиционного проекта внимание менеджера необходимо акцентировать именно на выбранных наиболее значимых факторах. Отметим, что метод выбора значимых факторов на основе статистического анализа следует считать более обоснованным в сравнении с их выбором на основе экспертного опроса. Распределение инвестиций на предприятии можно проводить на основе сетевых методов планирования и управления, которые позволяют осуществить:

- Составление стратегических планов развития предприятия и разделение их на основные этапы реализации;
- Детальное планирование инвестиций по каждому из составляющих этапов;
- Контроль за реализацией выполнения инвестиционного проекта [2];
- Управление денежными потоками на основе значений отклонений и принятие решений по корректировке производственного процесса;
- Определение возможных угроз и рисков невыполнения намеченных результатов, устранение негативного влияния факторов внешней и внутренней среды предприятия;
- Учет все взаимосвязи и взаимовлияния решений по финансированию капитальных вложений как на предприятии, в которое они вкладываются, так и в отрасли.

Предложенный подход может позволить более эффективным образом распределять инвестиции как по отраслям, так и по отдельным предприятиям.

Литература

1. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга: Пер. с нем. / Под ред А.А. Турчака, Л.Г. Головача, М.Л. Лукашевича. М.: Финансы и статистика, 1997. – 800 с.
2. Шелобаев. С.И. Математические методы и модели в экономик, финансах, бизнесе. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 367 с.

Некоторые подходы к определению конкурентной стратегии предприятия

Лагоза Дмитрий Сергеевич

студент

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, Харьков, Украина

E-mail: demon@demondev.org.ua

Теоретическая и практическая значимость проблем конкурентоспособности предприятия, определения конкурентной стратегии определили тему и основные направления исследования. Цель работы - обосновать и разработать подход к определению конкурентной стратегии предприятия. Анализ теоретических основ конкурентоспособности предприятия позволил сделать вывод, что определение конкурентной стратегии предприятия – это рекомендации предприятию относительно его крепких позиций в борьбе с конкурентами.

Логическая схема определения конкурентной стратегии предприятия имеет, на наш взгляд, такие этапы:

- определение потенциальной ниши ведения хозяйства предприятия;
- определение конкурентной стратегии предприятия.

На первом этапе следует определить потенциальную нишу ведения хозяйства предприятия. Для этого нужно выполнить сегментацию рынка и анализ внутренней среды (на базе основных показателей работы предприятия по сравнению с предприятиями-конкурентами). Первый этап завершается рассмотрением преимуществ, недостатков, возможностей и угроз предприятия.

На втором этапе следует определить конкурентную стратегию предприятия. По нашему мнению, для оценки и выбора конкурентной стратегии можно использовать подход, предложенный Мак-Кинзи. Анализ по этому методу проводится по двум основным параметрам: привлекательность отрасли и конкурентоспособность предприятия. Сначала следует проанализировать особенности отрасли и предприятия; определить индикаторы привлекательности рынка и повышения конкурентоспособности предприятия, их весомость, диапазон оценок и взвешенный балл. Далее следует оценить степень привлекательности сегмента рынка и конкурентоспособности предприятия. Итогом второго этапа должны стать анализ альтернативных конкурентных стратегий предприятия и выбор наиболее привлекательной из них.

Предлагаемый подход к определению конкурентной стратегии предприятия был апробирован на примере автотранспортного предприятия (АТП), выполняющего грузовые и пассажирские перевозки.

Результаты анализа на первом этапе показали, что исследуемое АТП имеет значительную долю на рынке автотранспортных услуг по каждому виду перевозок. Но эта доля снижается, т.к. на рынке наблюдается рост числа конкурентов, причем некоторые из них постепенно укрепляют свои позиции.

Таким образом, данное предприятие должно определить конкурентную стратегию своего развития. Для АТП были представлены его преимущества и недостатки по сравнению с конкурентами, возможности и угрозы, а также проанализированы сильные и слабые стороны конкурентов.

На втором этапе выделены индикаторы привлекательности рынка, индикаторы конкурентоспособности АТП и определена их весомость. Для этого был проведен опрос специалистов с помощью анкетирования, разработана анкета; эксперты выделили на их взгляд наиболее весомые индикаторы привлекательности рынка и конкурентоспособности АТП, но степень согласованности экспертов оказалась недостаточно высокой. Автором был применен метод анализа иерархий, в процессе которого определены: уравнивающая оценка индикаторов по весомости (лучшие результаты получают тогда, когда заполнение матрицы проводится путем

коллективного обсуждения списка индикаторов, а также результатов попарного сравнения элементов матрицы); обработка матриц парных сравнений индикаторов (для каждой строки матрицы парных сравнений индикаторов ведется расчет значения собственного вектора, суммы оценок собственных векторов оценок индикаторов; проводят нормализацию оценок собственных векторов для каждой строки матрицы; находят наибольшее собственное значение матрицы суждений, определяют индекс согласованности и отношения согласованности).

Наиболее весомыми определены пять индикаторов конкурентоспособности предприятия (себестоимость перевозок; конкурентоспособность цены; срочность выполнения заказа; относительная доля рынка; качество предоставленных услуг) и пять индикаторов привлекательности рынка (масштаб рынка; темпы роста; потенциал валовой прибыли; интенсивность конкуренции; возможность ценовой конкуренции).

Результаты портфельного анализа предприятия по методу Мак-Кинзи показали, что присутствие АТП в сегменте грузовых перевозок является достаточно проблематичным, а в сегменте пассажирских перевозок АТП имеет высокую конкурентоспособность и среднюю привлекательность.

На следующем этапе проведен анализ альтернативных конкурентных стратегий АТП и выбор наиболее привлекательной: автотранспортному предприятию для повышения конкурентоспособности необходимо снизить или оставить на достигнутом уровне доходную ставку и себестоимость перевозок.

Моделирование бизнес-процессов, ограничения: теория и практика

Латышев Константин Владимирович

klatyshev@fors.ru

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Россия

Моделирование бизнес-процессов, текущее состояние теоретических исследований. Моделирование бизнес-процессов как деятельность по описанию, анализу и симулированию моделей происходит в рамках различных "методов" и в соответствии с "общими принципами", сформулированными в работах Becker; Rosemann, Schutte. Grundsätze ordnungsgemäßer Modellierung. 1995; Galler: Vom Geschäftsprozessmodell zum Workflow-Modell. 1997; Reiter; Wilhelm, Geib. Multiperspektivische Informationsmodellierung. 1997):

- принцип корректности (семантической и синтаксической);
- принцип релевантности (отображаются только объекты, имеющие отношение к цели моделирования);
- принцип соизмеримости затрат и выгод (затраты на создание модели не должны превышать выгоду от ее использования с учетом постоянного устаревания модели);
- принцип прозрачности (модель не должна быть сложной для восприятия и использования, должна позволять получать отчеты по ней);
- принцип сравнимости (каждая модель должна соответствовать известной Мета-модели-шаблону);
- принцип систематизированной структуры (требование масштабируемости и сопрягаемости моделей).

В настоящее время насчитывается более 20 различных методов моделирования бизнес-процессов. Как правило, в них используются UML – диаграммы сущностей и связей; прочие типы диаграмм (пособытийные и т.п.). Степень "релевантности" каждой модели бизнес-процесса предполагается оценивать в сравнении с действительными параметрами описываемого бизнес-процесса по результатам "имитационных экспериментов".

Одними из популярных методов стратегического моделирования: метод PROMET (Санкт-Галленский университет, Швейцария. см. Information management Gesseschaft. PROMET 1994); Анализ Portfolio бизнес-процессов (см. McFarlan, Mc Kenney, Pyburn.

Information Archipelago. 1983); информационная насыщенность областей выхода по Портеру (см. Porter, Millar. How Information Gives You Competitive Advantage. 1985)"; описание Portfolio, разработанное Boston Consulting Group. Модели бизнес-процессов также используются в стратегическом экономическом планировании.

Практика моделирования – основные ограничения и "отступления" от "теории". При выполнении проектов по моделированию бизнес-процессов часто (по обоюдному соглашению заказчика и исполнителя работ) происходят отклонения от принципов моделирования, соответствующих выбранному методу.

На практике, в целом, описание и моделирование бизнес-процессов происходит в рамках "традиционных" "западных" подходов к моделированию и с использованием "шаблонов". Одним из таких устоявшихся и признанных методов моделирования (метод сложный и часто искажаемый) является метод проф. А.В. Шеера (метод ARIS) (Gartner Group, 08/1997). Метод предусматривает несколько степеней детализации, включая пооперационное описание. Метод ARIS предполагает моделирование: на уровне функционального представления; представления организации (организационная модель); представления потоков данных; представления выходов; отношений между разными типами представлений (модель управления). Процедурная модель ARIS обычно используется для создания и внедрения систем workflow.

Часто вместо выполнения всего комплекса моделей ограничиваются отдельными моделями ("дискуссионные модели"). Отдельные описания бизнес-процессов UML и ЕЕРС используются бизнес-аналитиками при сертификации деятельности коммерческого предприятия на соответствие стандартам ISO900х, при внедрении информационных систем на предприятии (WorkFlow, DocFlow).

Можно сформулировать несколько "фундаментальных" проблем, с которыми сталкивается каждый "модельер":

- 1) создание описаний и моделей (диаграмм) бизнес-процессов связано с "огрублением" моделей (диаграмм) и приведением их к виду, удобному для анализа и получению отчетов. В результате отбрасываются или не учитываются отдельные зависимости – возможно существенные для расчета отдельных числовых параметров методом пошаговой симуляции (применяется в ARIS);
- 2) нестрогость разграничения функциональных обязанностей на выбранном конкретном коммерческом предприятии (10 – 1000 чел.), наличие случайных факторов в "нерегулярных" бизнес-процессах – препятствия на пути к точному описанию бизнес-процессов уровня "функций";
- 3) отсутствие регламентирующих документов уровня операций делает невозможным "глубокое" описание и моделирование – моделирование уровня "операций".

Описанные "ограничения" возможностей описания бизнес-процессов "AS IS" могут быть "обойдены" введением "обобщенных" сущностей моделирования – "обобщенных должностей", "обобщенных функциональных обязанностей", "недетализируемых процессов". Обычно выполняется в не подробное моделирование бизнес-процессов "AS IS" и детальное моделирование "TO BE" с использованием "немецких образцов" отдельных процессов.

Анализ перспектив моделирования бизнес-процессов. В обширной литературе предлагаются практические методики реализации "методов" моделирования. Предложения, которые, возможно, станут актуальными в недалеком будущем, можно сформулировать следующим образом. Для совершенствования моделей бизнес-процессов полезным может оказаться следующее:

- проведение "имитационных экспериментов" для пособытийных диаграмм на всех этапах проектирования - для выявления "утраченных" связей между сущностями моделирования;

- получение подробной статистической информации по исследуемому бизнес-процессу – возможно при наличии корпоративной системы workflow с "добавленными" счетчиками событий;
- получение различной интегральной экономико-статистической информации по деятельности компании за "широкий" период – возможно при наличии корпоративного OLAP-хранилища данных;
- статистический анализ, охватывающий различные базы данных;
- сложные статистические вычисления;
- создание отчетов на основе информации из нескольких областей базы данных;
- выход "...за рамки основных функциональных возможностей систем реляционных баз данных" (Engels. OLAP 1995. с. 99).

Литература

1. Scheer August-Wilhelm. ARIS – Business Process Frameworks. Berlin, Heidelberg, 1998.
2. August-Wilhelm Scheer. ARIS – Business Process Modellin. Berlin, Heidelberg, 1999.

Элементы инфраструктуры виртуальной структуры управления реализацией больших инвестиционно-строительных проектов

Лепешкина Марина Николаевна

аспирантка

Государственный университет управления, Москва, Россия

E-mail: maryle@km.ru

Любая организация, либо совокупность организаций в своей деятельности базируется на определенной инфраструктуре, создаваемой организациями самостоятельно, либо созданной во внешней по отношению к организациям среде.

Задача инфраструктуры во внутриорганизационном контексте – поддерживать основные процессы, перманентно протекающие внутри фирмы, взять на себя регламентацию и исполнение отдельных функций, которые в противном случае пришлось бы разрабатывать и реализовывать структурным подразделениям самостоятельно. В качестве подобных функций выступают, как правило. Наиболее часто реализуемые, единые для всех подразделений компании задачи.

В межорганизационном контексте, задача инфраструктуры – поддерживать межфирменное взаимодействие, урегулировать возникающие спорные ситуации, регламентировать доступ к определенным ресурсам. Единая рыночная инфраструктура характерна для всех компаний, присутствующих на рынке определенного государства, однако есть и специфичные для конкретной отрасли инфраструктурные образования. Во всех случаях важнейшая задача инфраструктуры – минимизировать затраты на взаимодействие сторон, снизить риски и неопределенность для каждой из сторон, определяя порядок и последовательность такого взаимодействия.

Инфраструктура виртуального предприятия создается не только для повышения эффективности деятельности отдельной компании, а прежде всего нацелена на регулирование и повышение эффективности деятельности всей совокупности участников, составляющих виртуальную организацию.

В работе Царева и Кантаровича встречается наиболее полное перечисление состава элементов инфраструктуры систем электронной коммерции, очевидно, во многом пересекающуюся с анализируемой нами инфраструктурой виртуальной организации. В частности, авторами выделяются следующие элементы:

1. Специальное программное обеспечение.
2. Система управления базами данных и приложениями.
3. Телекоммуникация и связь.
4. Система, обеспечивающая безопасность актов купли-продажи товаров и услуг.

5. Юридическое, правовое обеспечение.
6. Виртуальная банковская система.
7. Специальные платежные системы.
8. Система доставки товаров и оказания услуг.
9. Финансовые институты.
10. Система налогообложения и таможенных тарифов.
11. Служба маркетинга.

Таким образом, при разработке концепции единой инфраструктуры виртуальной структуры управления реализацией крупных инвестиционно-строительных проектов целесообразно принять за базовую предлагаемую классификацию элементов инфраструктуры системы электронной коммерции и дополнить ее специфичными элементами инфраструктуры, необходимыми для реализации инвестиционно-строительных проектов.

По определению Соболева «Рыночная инфраструктура – это совокупность элементов, обеспечивающих и регулирующих бесперебойное многоуровневое функционирование хозяйственных взаимосвязей и взаимодействие субъектов рыночной экономики и движение товарно-денежных потоков».

Опираясь на предложенное Соболевым определение рыночной инфраструктуры, сформулируем определение инфраструктуры виртуальной организации следующим образом: инфраструктура виртуальной организации – это совокупность элементов, способствующих эффективному взаимодействию субъектов виртуальной организации, движению потоков ресурсов, продуктов и информации внутри сети.

Экспертная система как инструмент менеджера при принятии стратегических решений *Липенко Евгения Владимировна*

студентка

Омский государственный технический университет, Россия

E-mail: lipeugenie@mail.ru

Стратегический анализ требует от менеджера определенного рода гибкости в принятии решений. Ключевыми факторами успеха при этом являются человеческие знания и опыт. Помимо умений пользоваться общеизвестными методологиями, менеджер высшего звена должен обладать богатым практическим опытом и соответствующими знаниями, то есть должен быть экспертом в данной области. К сожалению, как правило, это редкость. Привлечь эксперта со стороны означает полностью познакомить его с деятельностью предприятия и ввести в свою организацию, что тоже не является предпочтительным решением проблемы.

Реальная альтернатива этому видится нами в использовании одного из типов систем поддержки принятия решений – экспертной системы, которая бы обладала комплексными знаниями, касающимися сферы стратегического управления и являющимися основой при принятии стратегических решений. Целью нашей работы явилась разработка такой экспертной системы, способной оказывать помощь руководителю при принятии стратегических решений и тем самым способной заменить в какой-то мере эксперта в данной области.

С учетом реализации экспертная система включает в себя следующие основные компоненты: базу знаний; базу данных; машину вывода; менеджера диалога с пользователем. База знаний содержит множество декларативных знаний предметной области, которые являются прикладными и зависят от сферы применения экспертной системы, машина вывода отделена от знаний и может работать с любой базой знаний.

Все прикладные знания, содержащиеся в базе знаний, могут быть классифицированы на две основные категории: модель предметной области,

реализованная в виде структур данных, и проблемная модель, содержащая логику бизнеса в виде бизнес-правил или правил продукций.

Модель предметной области отражает общую структуру знаний предметной области, содержит фактические и описывающие знания. Она реализуется в виде иерархии классов, полей и методов для представления и управления данными, поэтому ее можно обозначить как объектную модель. Объектная модель описывает предприятие со всеми его сопутствующими характеристиками и его внешней среды.

Правила продукций проблемной модели, описывающие бизнес-логику, представляются в общем виде следующим образом: IF (условие), THEN (действие). С формированием базы правил связаны большие проблемы, поскольку существует огромное количество моделей в области стратегического анализа, и для адекватной работы экспертной системы на любом предприятии (для ее универсальности) их все нужно формализовать в виде совокупности правил. Поэтому на начальном этапе за основу можно взять модель пяти сил Портера.

Для менеджера типичными являются ситуации, когда стратегические решения приходится принимать на основе неполных или неточных данных. Независимо от причин недостатка данных от руководителя ожидают проведение качественного анализа на основе имеющейся информации. Это одно из решающих (существенных) характеристик эксперта. Он в состоянии прийти к выводам, основываясь на ограниченном количестве данных, которые еще, в дополнение к этому, могут быть неточными. Говоря о неполноте информации, нужно рассматривать ее с двух точек зрения: неопределенности и неточности данных. Понятие «неточность» относится к содержанию информации, а «неопределенность» – к ее истинности, понимаемой в смысле соответствия действительности («суверенности»). Разработанная нами экспертная система в состоянии иметь дело с эвристическими знаниями и приходиться к выводам, которые, следовательно, будут также неточными (неопределенными).

Целью использования экспертной системы является получение выводов относительно стратегических решений исходя из имеющихся данных о текущей ситуации, вносимых в базу данных. База данных содержит совокупность данных (фактов) о текущем положении предприятия и о его внешней среде. Вся информация, вводимая менеджером, может быть классифицирована на восемь категорий: о предприятии, о продукте, о рынке, о продажах и маркетинге, о конкуренции, о производстве, о поставщиках, о финансах.

В заключение следует заметить, что сегодня на рынке программного обеспечения существует потребность в универсальной экспертной системе, способной оказывать помощь менеджеру при принятии стратегических решений любого рода, но ее законченная реализация возможна только посредством привлечения большого числа экспертов в области стратегического анализа, планирования и управления, что требует значительных временных и финансовых затрат.

Тенденции структурной концентрации и результаты функционирования рынка

Любященко София Николаевна

аспирантка

Новосибирский государственный университет экономики и управления, Россия

E-mail: sofia.79@mail.ru

Тезис о том, что структура рынка определяет поведение предприятий, а то в свою очередь результаты функционирования рынка, неоднократно проверялся российскими и зарубежными экономистами. Теория организации промышленности акцентирует внимание на выявлении взаимосвязи между уровнем структурной концентрации и прибыльностью отрасли. Большинство теоретиков сходятся во взглядах о том, что

растущая концентрация, как правило, приводит к монопольной власти предприятий, в результате чего возникают потери общественного благосостояния. Однако перерождение высококонцентрированного рынка в монополию возможно лишь при определенных условиях. Поэтому проблема результата деятельности рынка является более сложной, чем это представляется в рамках микроэкономической теории.

Рост концентрации в отраслях промышленности России и других стран продиктован необходимостью поиска направлений повышения конкурентоспособности предприятий. Успешное функционирование на мировых рынках обычно связывают с крупными корпорациями, имеющими возможность использовать эффект масштаба, гибкость производственной базы, внедрять инновации и осуществлять инвестиционные процессы в том числе НИОКР. Стремление к максимизации прибыли ведет к образованию разного рода коалиций и свидетельствует о непрерывной реструктуризации промышленности России; в этом заключается процесс формирования все более эффективных механизмов функционирования. В настоящее время даже крупные компании не остаются совершенно независимыми, поскольку нарастает тенденция к заключению стратегических альянсов, движению к «организованным» рынкам, которые являются более высокой формой эволюционного развития рынков. В связи с этим, определение уровня концентрации в условиях координации действий остается сложной задачей. Официальные индексы концентрации не отражают реальный уровень, поскольку не позволяют зафиксировать неформальные отношения соперников. Нами предлагается методический подход для оценки действительного уровня концентрации, который позволяет выявить приближенный состав и количество коалиций, действующих на рынке. Однако более приоритетной задачей, чем оценка уровня концентрации, является задача определения взаимосвязи между уровнем концентрации и эффективностью отрасли.

Результаты исследования рынка строительного кирпича г. Новосибирска показали, что уровень концентрации может быть существенно различным для сходных параметров рынка (прибыли, средних общеотраслевых издержек) и наоборот одинаковому уровню концентрации в отрасли при различном числе коалиций и составе предприятий в них соответствуют различные результаты деятельности рынка. При этом лучшая результативность отрасли может быть достигнута в рамках структуры с более высоким уровнем концентрации, когда предприятия объединяются в стратегические группы. Данное положение основано на том, что механизм распределения производства между предприятиями в коалиции (картеле) позволяет добиться экономии ресурсов за счет рациональной организации деятельности. Наилучшие результаты функционирования рынка наблюдаются при образовании картеля, когда средние общие издержки в отрасли на 4% ниже, чем при некооперативном взаимодействии предприятий по модели Курно, а отраслевая прибыль выше на 8%.

Рассмотрение всевозможных вариантов группирования предприятий на рынке кирпича позволило выявить закономерности образования коалиций. Было установлено, что предприятия, обладающие конкурентными преимуществами в отношении издержек, более склонны к автономному функционированию и стремятся занять положение доминирующей фирмы. Более высокие показатели прибыли и более низкие среднеотраслевые издержки достигаются при объединении предприятий с идентичными функциями предельных издержек. Это необходимо учитывать в антимонопольной практике с тем, чтобы норма конкурентного права не противоречила бы объективным процессам роста концентрации и не препятствовала бы требуемому уровню конкурентоспособности предприятий и особенно на мировых рынках. В этой связи, необходимо пересмотреть нормы антимонопольного законодательства в части установления границ уровня концентрации. При их определении должны учитываться размеры производства, характер технологии, вид продукции. А целью регулирования

должно стать именно улучшение результатов функционирования рынка, а не снижение уровня концентрации.

Роль маркетинга в повышении эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия

Ляхов Александр Васильевич, Кучер Вячеслав Анатольевич

молодой ученый

Донецкий национальный технический университет, Донецк, Украина

E-mail: vertlok@rambler.ru

До настоящего времени эффективности украинского экспорта и его маркетинговому обеспечению не уделялось должное внимание. Сегодня всем ясно, что без этого невозможно рационально развивать торгово-экономические отношения. На повестку дня встала актуальная задача разработка мер по маркетинговому сопровождению экспорта товаров (услуг). Они должны быть органично увязаны со стратегическим индикативным планированием развития экономики. Этого требуют, в частности, высокие темпы роста экспорта. Так, если в 2003 г. Украина торговала со 166 странами мира, то к концу 2004 г. – уже со 193 странами. Наши внешнеторговые связи были подчинены получению прибылей для покрытия пассивного сальдо (прежде всего, в расчетах за импорт энергоносителей) и еще в значительной степени оторванными от проблем преодоления кризиса и перехода к рыночной экономике.

В сфере международных экономических отношений имеет место определенная трансформация понятия маркетинг. Применительно к внешнеэкономической деятельности фирмы под маркетингом следует понимать проводимую деятельность, направленную на разработку и активное осуществление эффективной сбытовой политики на внешнем рынке.

Международный маркетинг должен учитывать различную экономическую, культурную, правовую среду каждого национального рынка. Наконец, международный маркетинг более сложен, чем внутренний, в силу самых различных рисков, связанных с расчетами в иностранной валюте, с ценовым, транспортным риском при неуплате или несоблюдении условий о поставке товара. Не исключены сложности, связанные с таможенными формальностями и другими факторами, действующими в мировой торговле. Таким образом, международный маркетинг повышает прибыльность операций благодаря снижению степени риска и неопределенности на мировых рынках, которая значительно выше, чем на национальных. Об этом говорят данные обследования причин просчетов и неудач в международном бизнесе, по которому 53% случаев таких неудач приходилось на долю маркетинга, 35% были связаны с управлением, а 12% - с правовыми, производственными и финансовыми просчетами.

Одним из крупнейших предприятий Донецкой области является открытое акционерное общество “Мариупольский металлургический комбинат имени Ильича”. В настоящее время ММК им. Ильича – это современное высокотехнологическое предприятие с полным металлургическим циклом, производит продукцию широкого сортамента и экспортирует ее во многие страны Европы, Азии и Америки. Основное направление деятельности комбината – производство стального высококачественного листа для отечественных конструкций, судостроения, нефтепроводных, бурильных, газо- и водопроводных труб, баллонов.

На ММК им. Ильича внешнеэкономическая деятельность осуществляется отделом внешнеэкономических связей (дальнее зарубежье), отделом маркетинга (ближнее зарубежье), отделом по производству и поставкам продукции (по Украине). Оптимальная структура и форма организации маркетинга зависят от различных факторов и условий ситуации, в которой находится предприятие.

Маркетинг является определяющим звеном, связывающим в единое целое всю организационную структуру этого предприятия. Специализация, стандартизация управленческих процессов, четкое разграничение компетенций определяют высокую эффективность этой организационной структуры. С точки зрения приспособляемости к среде функциональная структура способна реагировать на количественные колебания спроса, однако для решения более серьезных проблем не хватает координации. Поэтому она лучше подходит для предприятий с однородной производственной программой, что нельзя сказать об исследуемом предприятии. В составе отдела маркетинга исследуемого предприятия отсутствует служба рекламы. Эту функцию руководство предприятия возложило на пресс- центр.

Также, среди недостатков ведения внешнеэкономического маркетинга следует отметить, что по мере роста масштабов деятельности фирмы, расширения географии рынка и номенклатуры товаров становится все труднее устанавливать ответственных за результаты коммерческой работы, усложняется система стимулирования. Затруднение вызывает оценка эффективности различных рекламных мероприятий по каждому товару, возникают дополнительные проблемы с принятием решений о выходе на рынок.

Аспекты различных видов культур в практической деятельности Маркитантова Юлия Алексеевна

студентка

Ливенский филиал Орловского государственного технического университета, Россия

E-mail: sibir@liv.orel.ru

Проблема экономической культуры относится, по всей видимости, к числу тех, которые никак нельзя обойти стороной, рассуждая об экономическом будущем постсоветской России. Понятие экономической культуры может быть необычайно полезным для понимания специфических особенностей пути экономического развития каждой страны и различий между ними. Если корректно определить это понятие, находящееся на стыке истории и экономики, то оно может оказаться весьма ценным аналитическим инструментом.

Российский экономист Я. И. Кузьминов определил экономическую культуру как «совокупность институциональных методов, при помощи которых конкретные общества, группы и индивиды приспосабливаются к экономическим условиям своего существования. Экономическая культура складывается из поведенческих стереотипов и экономических знаний». Такое определение включает три разных уровня: теоретическую экономическую культуру, состоящую из набора аксиом господствующего направления экономической мысли; экономическую культуру лиц, принимающих решения; экономическое сознание всего населения [1]. Предприятие может рассматриваться как организационная система, нацеленная на решение определенных задач. С одной стороны, организации предстают перед нами как обучающиеся системы, а с другой, не следует забывать о том, что во всяком обучении присутствует организационное измерение, поскольку оно способно породить правила или устойчивые способы поведения. Устойчивость организации, будь то одна фирма или сеть взаимоотношений разных фирм, оказывается тем самым фактором, который предопределяет возникновение технологической, а также, очевидно, и организационной культуры.

Характерной чертой технологического измерения экономической культуры была зависимость всяческих инноваций прежде всего от производственных потребностей, а не от изменения спроса. Кроме того, ее отличала высокая стабильность технологических решений, доходящая до консерватизма, а также тенденция к неизменному воспроизводству старых видов продукции хорошо освоенными способами даже на новых рабочих местах.

Эволюция советской экономической культуры в сторону новой, российской может происходить только параллельно с институциональными изменениями. В этом случае речь идет именно о процессе обучения, который невозможно пройти «экстерном» и который, кроме всего прочего, накладывает определенные ограничения на темп осуществления реформ. Таким образом, анализ технологической и организационной культуры раскрывает новые особенности, которые желательно учесть в модифицированном определении экономической культуры. В первую очередь, надлежит подойти к понятию ожиданий, как системы правил, нацеленных на успешное приспособление индивида к внешним условиям.

В рамках общего понятия экономической культуры выделяются два уровня. Прежде всего, имеется система представления, которой описывается поведение преобладающей, или же более значимой в экономическом и политическом отношении, части населения. Затем, в том порядке, в каком эту культуру воспринимает посторонний наблюдатель, следует разнородная совокупность правил, установок и поведенческих стратегий, соответствующих особенностям различных видов деятельности, сфер общественной жизни, а также тех измерений, которые были названы технологической и организационной культурами. Постоянные конфликты, как на этом уровне, так и между ним и первоначальной системой представления, способствуют непрерывному развитию экономической культуры.

Литература

1. Истоки. Вып. 3 [Текст]: / под ред. Я.И. Кузьмина, В.С. Автомонова, О.И. Ананьина и др. – М.: ГУ ВШЭ, 2001. – 512с.

Корпоративные сети как формы развития коллективного предпринимательства в строительстве

Матюхина Наталья Викторовна

аспирантка

Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет, Россия

E-mail: natali-mn@mail.ru

Предпринимательство – важнейший фактор социально-экономического прогресса. Наибольшее распространение за всю историю экономических отношений получило коллективное предпринимательство, обладающее значительными перспективами развития за счет способности к мобилизации финансовых, материальных, кадровых, интеллектуальных ресурсов. Коллективным предпринимательством в строительстве признаём такую форму предпринимательства, которая осуществляется посредством объединения экономических агентов и/или их капиталов с целью осуществления инвестиционно-строительной деятельности.

После ликвидации в России механизма плановой экономики строительный комплекс распался на мелкие автономные предприятия. С одной стороны, это позволило сформировать рыночные отношения и активизировать деятельность предпринимательских субъектов. С другой стороны, функционирующие строительные фирмы, обладая сравнительно небольшими производственными мощностями и находясь в нестабильных, взаимоотношениях между собой, оказались ограниченными в масштабах своей деятельности, повышении инвестиционной привлекательности и возможностях решения стоящих перед ними экономических, научно-производственных, инновационных, социальных, экологических задач.

Эти обстоятельства привели к формированию интегрированных строительных объединений типа холдингов, финансово-промышленных (финансово-строительных) групп и т.п., обладающих возможностью консолидации ресурсов, осуществления долгосрочных масштабных проектов, снижения транзакционных издержек, повышения экономической стабильности участников объединений и т.п.

Как показывает отечественный и зарубежный опыт, корпоративные объединения традиционного типа (холдинги, финансово-промышленные группы), обладая значительными преимуществами перед автономно действующими организациями, обнаруживают в то же время существенные недостатки, основными из которых являются тенденция к монополизации, громоздкая управленческая структура, отсутствие предпринимательской инициативы, гибкости у участников объединений. В связи с этим, в развитых странах (США, Японии, Канаде), например, с 1980-х годов наряду с процессами интеграции, слияния предпринимательских субъектов начали развиваться новые формы организации коллективного предпринимательства, основанные не на жесткой иерархии и подчинении, а на долгосрочных формах сотрудничества при сохранении хозяйственной самостоятельности, инициативы. В России последние несколько лет также формируются гибкие формы коллективного предпринимательства в строительстве, определяемые нами как корпоративные сети, которые представляют собой совокупность юридически самостоятельных строительных организаций, функционирующую на основе долгосрочного взаимовыгодного сотрудничества участников для достижения их общих целей.

Исследования взаимоотношений строительных организаций Волгоградской области показали наличие объединений предприятий, которые по ряду признаков (юридическая и хозяйственная самостоятельность участников, долгосрочное сотрудничество, единое информационное пространство, коллективная ответственность за результаты деятельности, высокий уровень доверия между участниками и т.п.) можно отнести к корпоративным сетям. Опыт деятельности волгоградских предприятий, входящих в состав корпоративных сетей, показал, что постоянно участвуя в совместных инвестиционно-строительных проектах, они повышают свою конкурентоспособность и предпринимательский потенциал (который представлен в виде составляющих: инновационный потенциал, производственный потенциал, финансовый потенциал, организационный потенциал и интеллектуальный потенциал). Более того, приращение предпринимательского потенциала участников корпоративных сетей может распределяться (в отличие от традиционных объединений) как внутри сети, так и за её пределами.

Таким образом, развитие коллективного предпринимательства в сфере строительства приводит к образованию корпоративных сетей, являющихся эффективной формой предпринимательской деятельности на современном этапе и обладающими большими перспективами развития.

Гуманистические принципы менеджмента, ориентированного на рынок

Махрова Татьяна Николаевна

студентка

Владимирский государственный университет, Владимир, Россия

E-mail: makhrova@inbox.ru

Сегодня, в эпоху создания глобального информационного, экономического, культурного пространства, ценности гуманизма не только не утрачивают свое значение, но и переживают новое рождение. Применительно к экономике можно сказать, что бизнес настолько является гуманным, насколько ценится в нем, на всех его этапах, человек. Социальная ответственность становится неотъемлемой характеристикой менеджмента, ориентированного на рынок, который распространяет маркетинговые принципы на все функции организации.

Рассматриваемые нами гуманистические принципы менеджмента, ориентированного на рынок (Humanistic principles of market-driven management), есть интегрированная система, учитывающая этику бизнеса (ethics), эстетику (esthetics), психологические особенности индивида, его эмоциональное состояние (emotions), и,

наконец, философию бизнеса, т.е. ценностное определение конечных целей деятельности субъекта – любовь, преданность, уважение, так называемые вечные истины (eternities).

Итак, этика, как теоретическое учение о морали, применительно к менеджменту означает совокупность нравственных норм и принципов, которым должны следовать фирмы в своей деятельности. Часть экономических субъектов действует на рынке согласно тезису «Нравственно все, что экономически эффективно». Как альтернатива, выступает вечный кантовский принцип: «Относись к человеку всегда как к цели, и никогда как к средству». По нашему мнению, этичное поведение компании на рынке - не просто формальное признание принципов честности, справедливости и ответственности. Это и отказ от неоднозначного толкования любого экономического решения, и реальное уважение потребителя, и понимание личной жизни человека, как его действительно Личной жизни, недопустимость вероломного вмешательства во внутренний мир индивида. Обман, прямой или непреднамеренный, *может* принести сиюминутную прибыль, однако такая стратегия, в конце концов, приведет к распаду фирмы.

Эстетика менеджмента, ориентированного на рынок, в нашей модели опирается на триаду: «истина-добро-красота». Ориентация производства на создание «эстетичного» (продукта, услуги, условий деятельности персонала и пр.) позволит формировать новые культурные традиции, определенный эстетический вкус у отдельного человека и, как следствие, - у общества. Сегодняшняя культура «общества потребления» находится на уровне, который фактически перечеркивает и дискредитирует гуманистические культурные традиции, созданные человеческим обществом, но ситуацию еще можно изменить. Эмоциональное состояние человека имеет значение на рынке. Это доказал Д. Канеман, профессор психологии, получивший в 2002 году премию в области экономических наук памяти Альфреда Нобеля. Безусловно, согласно гуманистическому подходу к менеджменту, чувства как важнейшую составляющую человеческой личности нужно учитывать, активно поощрять положительные эмоции, ликвидировать негативные. Чувства (к счастью для компаний) вызываются, в основном, внешними стимулами, воздействиями извне, поэтому для предприятий открывается возможность влиять на поведение человека – клиента или работника. Эмоциональное начало человека так же важно, как и рациональное, при выборе и потреблении товара, а брэнд способен создать у человека ощущение причастности к фирме, определенному стилю и образу жизни, группе людей или даже обществу в целом.

Сегодня все чаще приходится признавать, что возможности для конкуренции сужаются, т.е. качество, цена и методы стимулирования сбыта, оставаясь важной основой для успешной работы фирмы, тем не менее, теряют свое решающее значение. Ориентация на рынок на основе соблюдения нравственных ценностей, создания достойных человека, небанальных и имеющих привлекательную эстетическую форму идей, обращения к внутренним чувствам и переживаниям человека, очевидно, смогла бы в ближайшее время стать важным фактором конкурентной борьбы. Результатом гуманистической направленности деятельности фирмы является особый уровень взаимоотношений «клиент - фирма», «сотрудники - фирма», «контактные аудитории - фирма». На наш взгляд, формирование чувств любви и преданности (а это уже философские категории) становится заключительным и наиболее продолжительным (хотя, наверно, и не вечным) этапом в контактах субъектов экономики.

Приведенные гуманистические аспекты бизнеса можно было бы для удобства назвать «4е» (ethics, esthetics, emotions, eternities). Структурные элементы гуманистической системы не случайно были рассмотрены в определенном порядке. Этика – нравственные ценности любого бизнеса – является базой, а любовь и преданность – результатом всех других направлений деятельности фирмы.

Построение информационной системы «Управленческие затраты»

Макарчук Марина Анатольевна

студентка

Восточно-Сибирский государственный технологический университет, Россия

E-mail: marinchik17@inbox.ru

С наступлением эры информатизации, особо важную роль начинает играть информация и принципы ее обработки наиболее эффективным способом. Все более высокие требования предъявляются к методам и механизмам, обеспечивающим работу подразделений и служб предприятий, органически встраивая их в единый бизнес-процесс. Таким образом, важное значение приобретает разработка информационных систем. Данная работа – пример разработки экономической информационной системы «Управленческие затраты» на примере предприятия энергетики и электрификации Республики Бурятия ОАО «Бурятэнерго». Необходимо отметить, что планирование и учет управленческих затрат является одним из наиболее важных аспектов деятельности любого развивающегося предприятия.

Для системного анализа рассматриваемой предметной области характерно наличие определенных типов стандартных компонентов. Сочетание этих характерных элементов в определенной последовательности, диктуемой структурой проблемы и причинно-следственными связями, и приводит к ее системному решению.

Отметим, что понятие системы охватывает комплекс взаимосвязанных элементов, действующих как единое целое. В соответствии с этим практически каждый экономический объект можно рассматривать как систему, стремящуюся в своем функционировании к достижению определенной цели.

Цель разработанной информационной системы – рационализировать и регламентировать технологическую модель решения задачи формирования управленческих затрат, и снизить трудоемкость выполнения определенных операций, во избежание необоснованных потерь рабочего времени.

Автоматизация данного процесса позволит решить ряд задач:

- Согласование разносимых сумм затрат со статьями затрат.
- Состыковка позиций затрат.
- Своевременный контроль сводных плановых и фактический затрат.
- Оперативный анализ разнесения затрат.
- Формирование и контроль смет затрат служб, отделов и исполнительной дирекции.
- Формализация форм отчетности и документооборота.
- Стандартизация структуры и состава себестоимости.

Информационная система разработана с использованием традиционного метода проектирования с построением инфологической схемы, и case-средств –BPwin и ERwin.

На основе построенной информационной системы был разработан программный продукт, построенный при помощи среды программирования Delphi.

В заключении необходимо отметить, что созданная информационная система есть полностью функционирующий продукт, но, тем не менее, это не окончательная версия. Информационная система должна непрерывно развиваться, дорабатываться и совершенствоваться, что позволит повысить ее эффективность.

Многофакторная методика определения Second Best тарифа на электроэнергию для населения Удмуртии

Мацкевич Иван Евгеньевич

аспирант

Ижевский Государственный Технический Университет, Россия

E-mail: mie@udm.ru

Специфика электроэнергетического рынка заключается в том, что стоимость электричества зависит от уровня (класса) напряжения продаваемой электроэнергии,

причем зависимость эта обратно пропорциональная: чем ниже напряжение, тем выше цена. Чтобы подать потребителю электроэнергию нужного напряжения, его последовательно снижают (см. рис. 1). В результате самой дорогой оказывается электроэнергия, подаваемая населению, с напряжением 220 вольт.

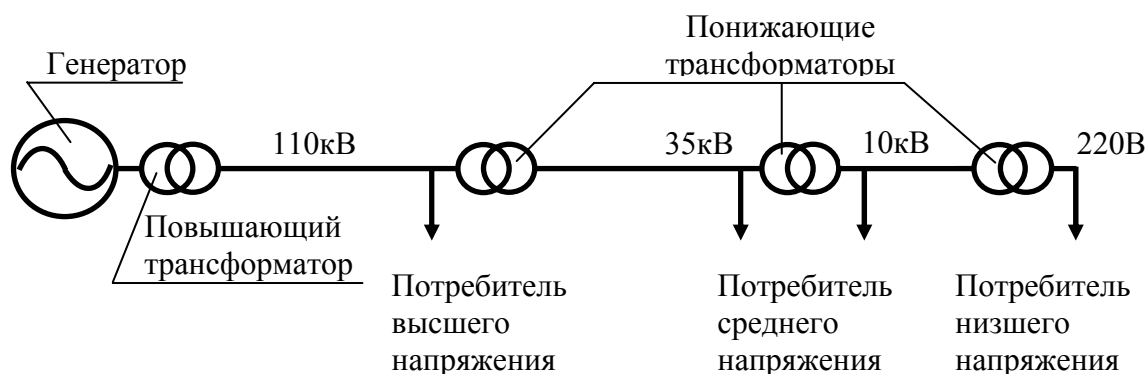


Рис.1. Электрическая схема питания потребителей трех классов напряжения

Перекрестное субсидирование в электроэнергетике можно определить как ценовую дискриминацию одних потребителей электроэнергии за счет других. При этом для одних покупателей электроэнергии устанавливается цена выше предельных издержек, а для других – ниже предельных издержек, что позволяет в итоге иметь цены, равные средним издержкам. Этот механизм с начала 90-х годов не дает работать крупным промышленным предприятиям в полную силу, так как они несут на себе бремя выплат населению, которое на сегодняшний день не в состоянии платить полностью за электроэнергию.

Решение представленной выше проблемы заключается в росте тарифов на электроэнергию как для населения, так и для остальных групп потребителей. При этом, в конечном результате, тариф для населения должен стать самым большим, а перекрестное субсидирование должно трансформироваться в адресную социальную поддержку для тех, кто действительно в ней нуждается. Однако, для решения этой задачи, по оценке заместителя главы Минэкономразвития Андрея Шаронова, потребуется от 3 до 5 лет.

В связи с вышесказанным, представляется актуальным разработка такой методики определения оптимального, с точки зрения общественного благосостояния, тарифа на электроэнергию для населения республики, которая позволяла бы:

- производить расчет оптимальной величины тарифа на электроэнергию для населения республики в зависимости от уже имеющихся тарифов для остальных потребителей электроэнергии;
- учитывать доленое участие максимального количества потребителей-доноров, участвующих в процессе перекрестного субсидирования;
- учитывать зависимость между отклонением цены на электроэнергию от предельных издержек на ее производство и ценовой эластичностью спроса на электроэнергию для различных групп потребителей.

Цель представленной работы – разработка многофакторной модели расчета **Second Best тарифа** на электроэнергию для населения республики с учетом долевого участия всех потребителей-доноров, участвующих в Удмуртии в процессе перекрестного субсидирования.

В основу предлагаемой многофакторной модели Рамсея-Мацкевича положена общепринятая методика ценообразования Рамсея, утверждающая, что с точки зрения общественного благосостояния, отклонение цены на товар от предельных издержек находится в обратной зависимости от ценовой эластичности данного товара. Математически это правило можно представить так:

$$\frac{P_i - MC_i}{P_i} = \frac{k}{e_i}, \text{ где: } P_i - \text{ цена товара } i; MC_i - \text{ предельные затраты производства товара } i;$$

e_i - эластичность спроса на товар i по его цене;

На рис. 2 представлен алгоритм расчета Second Best тарифа для населения республики с учетом долевого участия всех потребителей-доноров, участвующих в Удмуртии в процессе перекрестного субсидирования k - константа (подбирается по условию безубыточности).



Рис.2 Алгоритм многофакторной модели Рамсея-Мацкевича

Научная новизна предлагаемой модели заключается в том, что в результате проводимого расчета может быть получено численное значение оптимального тарифа на электроэнергию для населения республики. Возможно, также, и решение обратной задачи: определение оптимального тарифа для того или иного потребителя-донора при имеющихся тарифах для населения и других потребителей-доноров.

Предлагаемая методика может заинтересовать как специалистов организаций, осуществляющих регулируемую деятельность в республике (РЭК, органов исполнительной власти), так и специалистов независимых энергосбытовых компаний при утверждении размеров тарифов для различных групп потребителей.

Роль банков в ФПГ
Медведева Ольга Евгеньевна
 студентка

Самарская Государственная Экономическая Академия, Россия
 E-mail: evgueni1957@mail.ru

Практика формирования отечественных ФПГ свидетельствует о том, что в каждом конкретном случае непосредственные причины интеграции промышленного и финансового, а точнее банковского, капитала и создания единой структуры могут быть различными. Однако общая сущностная причина состоит в том, что такое образование представляет собой наиболее простой способ концентрации инвестиционного потенциала и эффективный метод привлечения инвестиционных ресурсов. Объединение капиталов продиктовано растущими инвестиционными потребностями, которые уже не могут удовлетворяться за счет ресурсов, имеющихся у каждой компании в отдельности.

В ФПГ, кроме банка, могут входить и другие финансовые институты. Это компании по страхованию, финансовые, инвестиционные, пенсионные фонды, сберегательные общества, компании потребительского кредита, факторинговые, ризлтерские и лизинговые, кредитные товарищества, сберегательные кассы и др. Эти организации обладают значительными финансовыми ресурсами, которые должны обращаться внутри группы для наилучшего ее функционирования. Они хранятся на счетах в банке, и банк в конечном итоге распоряжается всеми этими средствами. У этих средств есть важная особенность — эти ресурсы средне- и долгосрочные и поэтому представляют для банка особый интерес. Эти компании полезны банку, особенно в качестве его дочерних структур, еще и потому, что через них банки имеют возможность присутствовать на фондовых рынках. Сами по себе небанковские финансовые институты не могут полностью заменить банк, хотя они активно участвуют в инвестировании промышленности и являются участниками финансовых рынков. Небанковские финансовые учреждения имеют специализированный характер, они не могут осуществлять расчетные операции клиентов, краткосрочное финансирование, выпуск чеков, валютные сделки, финансирование всех видов внешнеторговых операций и др. Поэтому именно банку в силу своей экономической сущности целесообразно распоряжаться средствами всех финансовых институтов.

Именно управление этими финансовыми институтами дает банку возможность аккумулировать значительные финансовые ресурсы внутри ФПГ. Однако аккумуляция средств в банке — не самоцель, средства должны быть в форме инвестиций направлены в производство. Как инициатор создания ФПГ и финансовый менеджер группы, банк финансирует и организует создание пенсионных фондов, финансовых, страховых, лизинговых компаний в качестве акционера. Для укрепления контроля и своих финансовых позиций банки используют чаще всего, следующие механизмы: обладание контрольным пакетом и личную унию. В ФПГ существует возможность сочетать функции, которые порой может выполнять только один субъект финансового рынка: перераспределительные — банки; страхование — страховые компании; сбережение и аккумуляция ресурсов — банки, финансовые компании, пенсионные и другие фонды, товарищества взаимного кредита, кассы взаимопомощи; кредитование — банки и товарищества взаимного кредита; фондовый рынок — банки, инвестиционные компании, фондовые магазины, брокерские фирмы. Все это вместе дает возможность использования синергического эффекта для аккумуляции ресурсов с целью их дальнейшего инвестирования в производство. Эффект возникает благодаря возможности быстро формировать необходимые суммы из ресурсов разной длительности и полученных из разных источников, удлинять краткосрочные ресурсы, шире использовать диверсификацию на разных рынках, покрывать возможные риски в одном секторе финансового рынка прибылями на другом, использовать их небольшую стоимость по сравнению с обычными источниками и методами привлечения.

Поэтому, ФПГ как форма интеграции промышленного и банковского капитала характеризуется множеством путей возникновения и форм существования. Объединение банков и промышленных предприятий не носит законченный характер, структура, как правило, находится в динамике и имеет множество вариаций. Состав, структура и форма управления каждой конкретной группы определяются индивидуально, на основе реального состояния производства.

Корпоративная культура и ее особенности в России

Минутдинова Айгуль Султановна

студентка

Самарская государственная экономическая академия, Россия

E-mail: aigulya@inbox.ru

Система управления корпорацией в разных странах обладает определенными характеристиками и отличительными свойствами. Внешняя среда оказывает значительное

влияние, что естественно сказывается на ее культуре. Одним из ключевых элементов корпоративной культуры российских организаций, активно воздействующих на процессы полноправного вхождения России в мировую систему, выступает этика бизнеса.

Содержание понятия «деловая этика» сводится к определенной форме поведения, основой которой является уважение интересов как своей фирмы, так и ее партнеров, клиентов и общества в целом, непричинение им вреда. Подобное правило распространяется и на конкурентов.

Основой современной деловой культуры выступает социальный контракт и социальная ответственность фирмы. При этом социальный контракт представляет собой неформальное соглашение фирмы и ее внешнего окружения об единых нормах поведения. Обязательной составляющей является социальная ответственность фирмы, которая понимается как максимальное использование ее преимуществ и сведение к минимуму негатива затрагивающего как участников бизнеса, так и общество в целом.

Вводятся системные нормы в процессы в виде «правил игры» организации и внешней среды. К ключевым элементам внешней среды обычно относят: конкурентов, поставщиков, в том числе и финансовых ресурсов, потребителей, консультантов (аудиторов), государственные и муниципальные органы, нормативно-правовые акты, сложившуюся систему ценностей и норм поведения.

Введение общих правил предполагает формирование системы контроля за их соблюдением. Характерной особенностью является необходимость постоянного пересмотра норм, определяющих поведение. Речь идет о такой системе контроля за процессами, которая дает необходимый эффект в условиях расширения разнообразия, свойственного современной роли научно-технического прогресса в развитии общества. Демократические институты современного общества сформировали механизмы общественного контроля. Основой данных механизмов является информационная прозрачность, где ключевую роль играют СМИ, а также сеть общественных организаций, в том числе и профессиональных. Роль СМИ в таком устройстве контроля за бизнесом состоит в освещении общих процессов развития общества и создании условий для реализации механизма общественного выбора.

Если более внимательно взглянуть на деловую культуру в России, то можно выделить три основные группы компаний:

- компании, сформировавшиеся в результате приватизации и постприватизационных процессов в рыночной среде;
- компании, которые зарождались и развивались в условиях рыночной экономики;
- компании, относящиеся к естественным монополиям.

В каждой из этих групп под влиянием ключевых задач, от решения которых зависит успех и результативность бизнеса, сформировались особенности деловой культуры. Корпоративная культура – тема, хорошо изученная и отработанная зарубежными теоретиками и практиками, однако, это явление едва ли изучено в России как явление, привнесенное с учетом российского менталитета.

Литература:

1. Багриновский К.А., Бендиков М.А., Исаева М.К., Хрусталёв Е.Ю. Корпоративная культура в современной экономике России.// «Менеджмент в России и зарубежом», №2, 2004.
2. Баринов В.А., Макаров Л.В. Корпоративная культура организации в России.// «Менеджмент в России и зарубежом», №2, 2002.
2. «Корпоративное управление в России: состояние, проблемы, развитие»// под ред. Герасимова Б.Н., Макаренко О.Г., Самара, 2004 г.
3. Докучаев М.В. Российский корпоративный бизнес: проблемы управления, стратегия развития. Москва, 2003 г.

Социальная ответственность бизнеса

Мирная Наталья Алексеевна

студентка

Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: econot-analyz@mail.ru

Российское село стоит на пороге перемен, связанных с введением частной собственности на землю и приходом в село новых собственников и инвесторов. В связи с этим наблюдаются изменения не только в экономическом положении предприятий, но и в социальной сфере. Для изучения взаимоотношений, складывающихся между трудовыми коллективами сельскохозяйственных предприятий и их новыми собственниками, нами в 2004 г. было проведено выборочное обследование нескольких сельскохозяйственных организаций Ставропольского края.

Исследования проводились в виде анкетирования по следующим группам вопросов:

- отношение трудового коллектива к смене собственника;
- влияние смены собственника на производственную деятельность предприятия;
- влияние смены собственника на занятость населения;
- влияние новых собственников на доходы работников;
- влияние новых собственников на взаимоотношения с ЛПХ.

Среди опрошенных респондентов 45 % специалисты, служащие и работники аппарата управления СХО; 55 % рабочие основного производства, обслуживающей и вспомогательной сферы. Результаты исследования показывают, что большинство опрошенных отрицательно относятся к тому, что ресурсы их предприятий переданы новым пользователям или собственникам. Такого мнения придерживаются 72 % заполнивших анкеты. Из общего количества опрошенных 62 % считают, что появление новых собственников отрицательно отразилось на производственной деятельности предприятия. При этом в трех из шести обследованных хозяйств большинство членов трудовых коллективов оценивают их деятельность положительно (100 %, 70 % и 54 % ответов). Разнообразие ответов на этот вопрос объясняется неоднородностью производственной ситуации в отдельных хозяйствах.

С появлением новых собственников во всех трудовых коллективах повысился уровень оплаты труда. В некоторых предприятиях он вырос в 2 раза и более. Тем не менее, заработная плата в СХО остается не высокой, ее размер не устраивает 94% опрошенных. Это объясняется чрезвычайно низким базовым уровнем оплаты труда, который в отдельных хозяйствах составляет 400-500 рублей. Увеличение его даже в два раза не обеспечивает превышение прожиточного минимума. Поэтому для большинства работников сельхозпредприятий основным источником доходов служат поступления от личного подсобного хозяйства. На это указали 57 % заполнивших анкеты. Зарботная плата является основной по размеру в общем объеме доходов для 25 % опрошенных, 18 % затруднились с ответом.

Численность работников предприятия уменьшилась из-за реструктуризации производства и сокращения неэффективных рабочих мест. В ближайшем будущем следует ожидать, что численность персонала предприятия стабилизируется. При этом сохранится потребность в высококвалифицированных работниках. Большинство работников (96 %) считает, что собственник предприятия должен содействовать повышению квалификации работников. В то же время 54 % опрошенных согласны с тем, что государство не должно устраняться от решения этой проблемы.

В вопросе о мере государственного влияния на работу с кадрами в негосударственных структурах мнения работников разделились: 36 % опрошенных считают, что государство должно в значительной мере влиять, 18 % - частично (в

основном это главные специалисты и работники среднего звена), 14 % - не должно влиять и 32 % - затруднились ответить.

В процессе анкетирования опрошенным был задан вопрос: «Требуется ли предприятию иметь собственную социальную инфраструктуру?», и 99 % работников ответили положительно. А вот источники финансирования, используемые для решения социальных проблем села, работники выбрали весьма разнообразные: 64 % персонала считают таковыми прибыль предприятия, 23 % - бюджетные средства, 18 % - средства общественных организаций, 14 % - личные средства работников и 36 % - затруднились ответить (опрошенным была дана возможность выбрать несколько вариантов). 55 % опрошенных работников на вопрос: «Выделяет ли Ваше предприятие средства на финансирование социально ориентированных мероприятий?» ответить затруднились. И лишь 32 % четко ответили «Нет».

С приходом новых собственников работники предприятия связывают свои надежды на повышение заработка, улучшение производственной деятельности, участие руководства в решении социальных проблем.

Очевидно, что объективные выводы о результатах смены собственников СХО должны опираться на сведения о темпах роста или снижения объемов производства, кредиторской задолженности, финансовых результатов, которые могут быть получены из официальной отчетности. Однако, результаты проведенного анкетирования тоже очень важны, так как они позволяют выявить, а, следовательно, и учесть, общий настрой и отношение трудовых коллективов к происходящим изменениям.

Роль бизнес - планирования при создании инновационной start-up компании (на примере производства установок по очистки питьевой воды)

Митин Юрий Романович

студент

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Россия

E-mail: romyur@inbox.ru

Современная экономика всё более приобретает черты инновационной экономики, связанной с разработкой, внедрением и использованием новшеств, с преобразованием организационно-экономического механизма хозяйствования, постепенно происходит процесс интеллектуализации экономики.

На микроэкономическом уровне инновации выступают как материальная основа повышения эффективности производства, качества и конкурентоспособности продукции, снижения издержек. Инновационность становится имманентным качеством фирм, определяющих уровень экономического развития национальных экономик.

Для развития экономики необходимо создание высокотехнологических инновационных start-up компаний. Особое место в этом процессе занимают университеты России и, в частности, МГУ им. М. В. Ломоносова. Ведь именно стимулирование экономической деятельности в университете помогает реализовать его кадровый и научный потенциал и создать необходимую инновационную инфраструктуру. Развитие, как отдельной компании, так и страны в целом на 80% зависит от научно-технического прогресса и инноваций.

В России в последнее время активизируется патентно – лицензионная деятельность, по прогнозам в 2005 году ожидаемое число поданных заявок на изобретения составит порядка 29 тыс. Каждый год увеличивается количество инновационно активных организаций, увеличивается выпуск инновационной продукции. Каждый год появляются новые высокотехнологичные компании.

Одним из таких примеров является разработанная группой высококлассных специалистов химического факультета МГУ им. Ломоносова комплексная система очистки воды, на основе озono-осмотической технологии. Проект подразумевает

производство установок очистки питьевой воды до соответствия нормам СанПин по таким показателям, как: мутность, цветность, запах, БПК, ХПК, содержания в воде стронция, фтора, железа, концентрации солей жесткости.

Цель создаваемой компании заключается в том, чтобы люди и предприятия имели доступ к дешевой воде самого высокого качества.

На примере реализации проекта по мелкосерийному производству малогабаритных установок очистки воды рассматриваются этапы коммерциализации проекта и основные этапы бизнес – планирования.

В разработанном авторами проекте следует рассмотреть отдельные основные стадии бизнес - плана, которые отличают этот проект от других.

- **Уникальность технологии.** Озоно-осмотическая технология дает возможность удалять из воды самый широкий спектр вредных для человека веществ, бактерий, вирусов и патогенных микроорганизмов. Создается система с уникальной эффективностью очистки и беспрецедентным ресурсом эксплуатации. Очищенная озоном, бактериологически и химически безопасная и обогащенная кислородом, вода оказывает целебное воздействие на организм человека и широко используется в медико-профилактических и косметических целях. Применение эмалей для синтеза озона привело к существенному удешевлению производства озона. Благодаря модульности системы возможна ее комплектация согласно требованиям заказчиков.
- **Оригинальная оценка рынка.** Среди возможных потребителей данной установки выделяются предприятия пищевой промышленности. Устойчивый спрос на данную продукцию наблюдается в сегменте предприятий производящих минеральную воду и безалкогольную продукцию. Была использована база данных ОКВЭД, где насчитывается порядка 3500 предприятий этого сегмента. Далее была произведена приблизительная оценка стоимости установки (18 000 долл.) и умножена на количество предприятий, общий объем рынка России составил 60 млрд. долл. по этому сегменту.
- **Особая цепочка поставок.** Закупка комплектующих будет производиться следующим образом: будут использоваться инвестированные средства на затраты поставщикам (срок поставки – 1,5-2 месяца). В связи с этим в 1-ом квартале будет производиться сборка 3 установок, средства от их реализации (полученные во 2-ом квартале) будут использоваться на закупку материалов в 3-ем квартале. Средства, полученные от продажи установок второй партии, будут расходоваться на закупку комплектующих в 4-ом квартале. Таким образом, происходит «оборачиваемость» оборотных средств.
- **Инвестиции, анализ рисков.** При создании инновационной start-up компании основной риск приходится на этап перехода от идеи к разработке и к продукту («долина смерти»). Эффективность дальнейшей коммерциализации зависит от надежности созданного продукта и уверенности в его экологически безопасной работе. В связи с преодолением этого этапа планируется привлечь государственное финансирование для проведения НИОКР, тестирование установки и её сертификации.

Таким образом, реализация бизнес – плана поможет будущей компании привлечь инвестиции, завоевать определенную долю рынка, в короткий срок выйти на самоокупаемость и приносить прибыль. Компания должна пройти весь цикл развития, основанный на внедрении новшеств: разработка – товар – прибыль – разработка`.

Аутсорсинг как альтернативный способ снижения издержек страховой компании

Никогосова Ольга Сергеевна

студентка

Ростовский Государственный Университет, Россия

E-mail: imi@bk.ru

В настоящее время руководителей страховых компаний волнует вопрос не только формирования конкурентоспособной и устойчивой компании, но и сохранение

конкурентоспособности во всех бизнес-процессах. Опыт западных страховых рынков показывает, что использование новых маркетинговых технологий, мерчандайзинга, аутсорсинга, брендинга поможет российским страховщикам решить эту проблему.

Большая часть крупных организаций, рассматривая возможность аутсорсинга информационных технологий, ставят перед собой цель сократить до 30% своих расходов²⁸. Опыт использования информационного аутсорсинга финансовыми операторами страхового и банковского рынка в странах Восточной Европы и СНГ свидетельствует, что важной причиной активного развития аутсорсинга информационных технологий послужили высокая динамика развития финансовых институтов и хроническая нехватка достаточно квалифицированного персонала.

Организация, рассматривающая возможность аутсорсинга второстепенного подразделения по разработке и внедрению ИТ, должна тщательно отобрать те операции, которые она может отдать на выполнение поставщику услуг. При осуществлении аутсорсинга периодически имеют место как потеря ценных навыков, так и их совместное использование. В большинстве организаций аутсорсинг подразделения по разработке и внедрению ИТ продолжает приносить самые высокие доходы, но с ним связан также самый большой риск. Выполняя эту функцию, клиент должен быть уверен (больше чем в любом другом случае) в том, что поставщик услуг будет стремиться к повышению качества обслуживания на протяжении всего срока действия контракта.

Статистические данные свидетельствуют о том, что около 50% крупных британских организаций передали на выполнение поставщикам большую часть своих функций по разработке и внедрению ИТ и финансового учета. Некрупные страховые компании значительно чаще передают пакет функций, в который входят ИТ и финансы, одному поставщику²⁹.

Активизация деятельности иностранных мега и макро-операторов на национальном рынке заставит как региональных, так и инорегиональных страховщиков искать альтернативные способы снижения издержек менеджмента страховой организации – предоставление услуг совместно с конкурентами, аутсорсинг или подготовка к продаже компании. Внедрение Интернет-технологий, появление банковских и страховых услуг по телефону спровоцировало снижение числа филиалов британских финансовых операторов. Очевидно, возможность слияния или поглощения будет по-прежнему важна. Если страховая компания не становится жертвой враждебного поглощения, руководство надеется, что применяя новые системные подходы в развитии конкурентоспособности позволит резко расширить сферу деятельности предприятия компании.

К вопросу об альтернативных подходах исследования конкурентоспособности

Ольшевский Константин Владимирович

соискатель-

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: arkoc-stroy@yandex.ru

Необходимость и значимость анализа конкурентоспособности увеличиваются в настоящее время в связи с намерением вступления России в ВТО. Выделим две принципиально отличающиеся сферы конкуренции: добросовестная и недобросовестная, дальнейший анализ предполагает исследование

²⁸ Хейвуд, Брайан Дж., Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. : Пер. с англ. – М.: Изд. Дом «Вильямс», 2002. С. 42.

²⁹ Такие фирмы, как *Accenture* и *PricewaterhouseCoopers* могут назвать имена своих крупных клиентов, затраты которых на финансовый и бухгалтерский учет сократились на 50% после перевода соответствующих служб.

конкурентоспособности по объекту. В связи с этим выделяют конкурентоспособность товара, предприятий, региона и страны. Также необходимо выделить уровни конкуренции субъектов рынка, существенно определяющие методы ведения конкуренции и степень ее интенсивности: местный уровень; региональный уровень; национальный уровень; межнациональный уровень; глобальный уровень.

Общепринято в современной экономической науке, что конкурентоспособность товаров и услуг – это способность продавать их по рыночным ценам с нормальной прибылью. Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия–производителя продукции соотносятся между собой как часть и целое. Конкурентоспособность товара - это такой уровень его экономическо-технических, эксплуатационных параметров, который позволяет выдержать соперничество с другими аналогичными товарами на рынке. Кроме того, конкурентоспособность, сравнительная характеристика товара, содержащая комплексную оценку всей совокупности производственных, коммерческих, организационных и экономических показателей относительно выявленных требований рынка или свойств другого товара. Она определяется совокупностью потребительских свойств данного товара - конкурента по степени соответствия общественным потребностям с учетом затрат на их удовлетворение, условий поставки и эксплуатации в процессе производственного и (или) личного потребления [1].

По определению Ф.Гликина и Г.Ворониной конкурентоспособность является многогранным явлением, включающим не только качественные и ценовые параметры промышленной продукции, но зависящее от уровня менеджмента, управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной составляющей предприятия. Кроме того, воздействие на конкурентоспособность оказывает конъюнктура рынка и степень конкуренции [2]. Р.А.Фатхутдинов характеризует конкурентоспособность степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке [3].

В настоящее время все больше исследователей анализируют конкурентоспособность на региональном уровне, при этом к ее факторам относят: инвестиции и структурные преобразования, развитость финансовой инфраструктуры; инновационная стратегия развития региона; возможность межрегиональной интеграции; развитие внешнеэкономической деятельности региона [4].

А.Селезнев исследует конкурентоспособность на национальном уровне и определяет ее как обусловленное экономическими, социальными, политическими факторами положение страны на внешнем рынке, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику [5]. Интересна точка зрения и другого исследователя в области конкурентоспособности страны и национальной экономики, Ю.Кормнова, который подчеркивает, что конкурентоспособность экономики стран определяется социально-экономическими характеристиками, выходящими за пределы технико-экономических показателей, хотя во многом и базирующимися на них [6].

Литература.

1. Краюхин Г.А. Методика анализа деятельности предприятий в условиях рыночной экономики. - СПб.: 1995.
2. Гликин Ф., Воронина Г. О конкурентоспособности промышленных предприятий // Экономист. – 2004. - № 6. – С. 17.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Маркетинг, 2002. – С. 227.

4. Подробнее см.: Конкурентоспособность регионов: теоретико-прикладные аспекты / под ред. Перского Ю.К., Калюжной Н.Я. – М.: ТЕИС, 2003. – Ч. 2.
5. Селезнев А. Инфраструктура рынка и конкурентоспособность России // Экономист. - 1996. - № 2.
6. Кормнов Ю. Ориентация экономики на конкурентоспособность // Экономист, 1997, №1.

ИРО как инструмент привлечения финансирования через фондовый рынок
Панченко Екатерина Александровна

студентка

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: trishap@list.ru

Российский фондовый рынок как механизм трансформации накоплений в инвестиции не выполняет своей функции в полной мере. Совокупная капитализация российского фондового рынка составляет порядка 250 млрд. долларов, что значительно уступает не только странам с развитой экономикой, но и развивающимся рынкам. Акции подавляющего большинства отечественных компаний сильно недооценены. В данных условиях задача повышения капитализации компаний и привлечения инвестиций через фондовый рынок для российских эмитентов чрезвычайно актуальна.

Один из инструментов, который может быть использован российскими компаниями для увеличения капитализации – первичное размещение акций (Initial Public Offering - IPO). Под IPO понимается процедура размещения ценных бумаг на открытом рынке, сопровождаемая переходом компании в статус публичной. При этом компания может либо публично размещать свои новые ценные бумаги, либо продавать на рынке ранее выпущенные ценные бумаги, принадлежащие на момент размещения собственникам. В ходе приватизации на российском фондовом рынке появилось много компаний, однако статус публичных им присвоить достаточно сложно. Здесь наиболее уместно применить термин “псевдопубличности”. Акции данных компаний первоначально были распределены среди сотрудников, а затем большая их часть перешла в руки крупных инвесторов. Механизм ценообразования этих сделок сильно отличался от рыночного в полном понимании этого слова. Формально данные компании прошли процедуру листинга, однако их рыночная стоимость не совсем справедлива. Открытость и свободное формирование рыночной цены могли бы повысить стоимость данных компаний. Таким образом, механизм IPO может сыграть положительную роль не только для закрытых эмитентов, но и для “псевдопубличных” компаний.

Переход компании из статуса частной в статус публичной, с одной стороны, представляет ей большое количество преимуществ, а с другой, накладывает целый ряд обязательств. К основным преимуществам можно отнести улучшение финансового положения эмитента, приобретение рыночной стоимости, возможность более выгодного финансирования в будущем, повышение цены и спроса на акции компании. Среди недостатков можно выделить необходимость разделения прибыли, утрата контроля над собственностью, потеря конфиденциальности, высокие издержки IPO.

IPO российских компаний пока носят единичный характер. Практику публичного размещения акций (IPO) российские эмитенты стали осваивать с 1996 года: первое размещение на Нью-Йоркской фондовой бирже (NYSE) осуществил крупнейший российский оператор сотовой связи “Вымпелком”. Первое IPO на внутреннем рынке осуществила в 2002 году компания “РБК Информационные системы”. В настоящий момент 11 российских компаний провели IPO на российских и западных биржах, общая сумма размещения около 3 млрд. долларов. Все больше компаний заявляет о своем желании разместить акции на фондовых ранках. К их числу относятся “Хлеб Алтай”, “Северсталь-Авто”, холдинг Rambler Media, “Мегафон”, “Перекресток”, “Банк Москвы”.

Исследования крупных инвест-банков и компаний-консультантов показывают положительное влияние IPO на изменение цены акции компании. Основываясь на опыте работы в крупной консалтинговой компании, мной построена регрессионная модель, показывающая влияние внутренних и внешних факторов на процентное изменение цены акции эмитента с момента проведения IPO до конца 2004 года. Модель была построена на основе данных системы Bloomberg. Были отобраны компании телекоммуникационной отрасли, проводившие IPO на биржах развивающихся рынков с 1998 года.

В результате, выявлена зависимость изменения цены акции от изменения внутренних финансовых показателей компании, таких как операционный доход, чистая прибыль, сумма долгосрочных и краткосрочных кредитов, а также внешних показателей – изменения индекса биржи, изменения ВВП и инфляции страны регистрации компании, вознаграждения андеррайтера. В полученную модель были подставлены данные российских “псевдопубличных” компаний телекоммуникационной отрасли. Посчитанное по модели изменение цены акции было сопоставлено с реальным значением капитализации российских компаний. В итоге, цена, полученная по модели, выше, чем рыночная цена на данный момент, что свидетельствует о положительном влиянии инструмента IPO на изменение цены акции компании, а следовательно, на положительное изменение капитализации компании и всего рынка в целом.

Вопросы низкой капитализации становятся особенно актуальными в свете предстоящего вступления России в ВТО. В условиях снятия ограничений на доступ в Россию иностранного капитала акции российских компаний могут быть легко скуплены даже не самыми крупными западными инвесторами. В перспективе это может привести к чрезмерному росту зависимости всей национальной экономики от конъюнктуры мировых финансовых рынков.

Мировая практика показывает, что капитализация фондового рынка развитых стран сравнима с размером ВВП страны. Если учесть планируемый рост российского ВВП, то основной целью развития практики IPO и других финансовых инструментов в ближайшее время должно стать достижение российским фондовым рынком уровня капитализации порядка 600-700 млрд. долларов.

Литература

1. Marc Goergen “Insider Retention and Long-Term Performance in German and UK IPOs”// 1998, School of Management, UMIST
2. Marco Pagano, Fabio Panetta, Luigi Zingales “Why do companies going public? An empirical analysis” // The Journal of Finance, 1998, N1
3. Ivo Velch, Jay Ritter “A review of IPO activity, pricing and allocations”//Yale ICF Working Paper N02-01, 2002.

Современные концепции маркетинга услуг

Пасонена Алиса Андреевна

студентка

Ростовский Государственный Университет, Россия

E-mail: alisk@list.ru

Следует ли рассматривать маркетинг услуг как деятельность, отличающуюся от маркетинга материально-вещественных товаров, или специфика услуг все-таки находит свое отражение в системе маркетинга, которую использует предприятие сферы обслуживания?

Сторонниками первой позиции являются М. Кляйнальтенкамп и Дж.Бейтсон. Так, М. Кляйнальтенкамп утверждает, что разделение маркетинга вещей и маркетинга услуг нецелесообразно по следующим причинам: 1) различие проводится по исключительно спорному критерию (материальность продукции), 2) большая часть реализуемых на

практике сбытовых процессов заранее сориентирована на услуги или характеризуется «типичными» признаками маркетинга услуг, что выражается, например, в сбыте намечаемой к производству, а не готовой продукции, а также в процессах может помочь департамент маркетинга – это создание корпоративной культуры и увеличение доли рынка³⁰. Однако В. Зейтман и М. Битнер считают, что главная причина создания особого комплекса маркетинговых коммуникаций в сервисных фирмах – это необходимость демонстрировать заказчику высочайшие качества той услуги, которую он собирается приобрести³¹. К. Гренгроос также придерживается такого мнения и указывает на то, что покупатель услуги всегда участвует в процессе оказания услуги. Кроме того, невозможность хранения услуг требует точных расчетов возможностей предприятий в сфере услуг³².

Очевидно существование противоречивых суждений о теории маркетинга услуг. В этой связи, прежде чем сформулировать сущность маркетинга услуг, необходимо определить природу услуги. Довольно часто можно встретить определение услуги как полезного действия, дел, поступков или же действий вообще. Ф. Котлер определяет услугу как любую деятельность, которую одна сторона может предложить другой. Фактически, по его мнению, это неосознанное действие, не приводящее к владению чем-либо. Услуги появляются и приобретаются в процессе взаимодействия субъектов между собой, являясь результатом деятельности, а не самой деятельностью. Деятельность же – это оказание услуг, обслуживание и самообслуживание.

В соответствии с подходом Ф. Котлера, выделяют такие общие черты услуг, как: неосознанность, неотделимость от источника, непостоянство интеграции внешних, то есть предоставляемых клиентом, факторов производства³³. Дж. Бейтсон считает, что департамент маркетинга играет более важную роль в компаниях, занимающихся производством и продажей материальных продуктов, чем в таких, которые предлагают своим клиентам услуги. При этом ученый выделяет две задачи, с решением которых сервисной фирме качества, несохраняемость и отсутствие владения³⁴. Потребитель по-настоящему способен оценить качество только после получения услуги. Практически клиент сначала «покупает» компанию, и лишь потом ее услуги. Преодолеть неосознанность можно с помощью: развития бюджета, выработки имиджевой политики, предоставления клиентам дополнительной информации. Несохранимость или недолговечность услуг означает, что услугу нельзя хранить для последующей продажи или использования.

Реструктуризация предприятий в переходной экономике

Патракеев Алексей Алексеевич

студент

Ростовский Государственный Университет, Россия

E-mail: palex@jeo.ru

Под реструктуризацией понимается постоянно происходящий комплексный процесс изменений и нововведений, вызванный необходимостью повышения прибыльности производства в условиях технического прогресса, изменяющихся тенденций в экономике, и растущей конкуренции со стороны других компаний.

В начале 90-х гг., когда в России и странах Восточной Европы начался процесс перехода к рыночной экономике, многие предприятия оказались в тяжелейшем положении,

³⁰ Batson J. Managing services marketing. –USA, 1995. –P. 18, 645.

³¹ Bitner M. Zeithaml V. Services marketing. – Massachusetts, 1996 - P.7.

³² Grongroos C. Service management and marketing. –West Sussex, 2000 – P.46.

³³ Кляйнальтенкамп М. Синергетический потенциал исследований в области маркетинга промышленных товаров и услуг. / Проблемы теории и практики управления, 2002.- №1 –С.106.

³⁴ Иванов М.С. Руководство по маркетингу консалтинговых услуг, -М., Альпина Паблишер, 2003. С. 13-15.

обусловленном не приспособленностью их старой структуры производства к новым условиям. Единственным средством для предприятий выжить в новых сложных условиях была полная реструктуризация производства, предполагавшая замену изношенного оборудования, упорядочивание финансовых потоков и налаживание системы сбыта товара. Сложность сложившихся условий заключалась, прежде всего, в несоответствии старого способа производства и внешних условий новых рыночных правил.

Наиболее тяжелым оказалось положение отраслей, производящих потребительские товары. Потребительский рынок был практически полностью занят более конкурентоспособной импортной продукцией. Производство не уступающей по качеству продукции требовало стремительной *производственной* реструктуризации. Однако в условиях отсутствия оборотных средств от сокращения сбыта и взаимных неплатежей, растущих в геометрической прогрессии, любые инвестиции были невозможны. Таким образом, условием выживания предприятия становится также *финансовая реструктуризация*.

Главной целью финансовой реструктуризации предприятия, только включающегося в систему рыночной экономики, становится переход к жестким бюджетным ограничениям, когда превышение результирующего финансового потока (валовой прибыли) над затратами достигается при отсутствии субсидий со стороны государства. Средствами финансового оздоровления становятся продажа ликвидных непроизводственных активов, соглашения о взаимозачетах с другими предприятиями, а также выпуск долговых ценных бумаг.

Одним из основных средств оптимизации активов предприятий стала продажа избыточных непроизводственных активов – вспомогательных объектов инфраструктуры и объектов социально – культурного назначения. Перевод активов вспомогательных производств на баланс вновь создаваемых самостоятельных предприятий стал средством уменьшения финансовой нагрузки на профильное производство, т.к. являясь самостоятельным, вспомогательное производство может получать доход от продажи той же продукции на общий рынок. Кроме того, юридическое отделение непрофильных производств упрощает управление доходами и расходами основного производства и разделяет налогооблагаемую базу имущества.

Считается, что грамотная производственная реструктуризация неизменно стабилизирует финансовые потоки и, таким образом, сокращает потребность в проведении финансовой реструктуризации. В свою очередь, проведенная финансовая реструктуризация может на время отсрочить необходимость производственной, зависящей от большего количества обстоятельств. Однако, на первом этапе реформ предприятия не имели выбора, на каком виде реструктуризации сконцентрировать имеющиеся средства. Поэтому преобразования носили “пожарный” характер, имея целью выживание предприятия и создание условий для эффективного производства.

В виду отсутствия достаточных для технического перевооружения средств, к первоочередным мерам производственной реструктуризации относят, прежде всего, сокращение избыточных рабочих мест, замена лишь наиболее изношенного оборудования, и введение, по возможности, адекватных рыночной экономике методов прогрессивного управления. Подобные преобразования требуют решительных действий, затрагивающих сложившийся баланс интересов и мотивацию производственной деятельности, как таковой, на предприятии в целом.

Только появление эффективного собственника в результате приватизации могло создать достаточную мотивацию, для болезненных, но необходимых преобразований. Однако, в большинстве случаев баланс интересов на предприятии оставался прежним. Значительную долю собственности получали старые директора предприятий, оставшаяся часть акций расплылась между работниками и другими акционерами. Таким образом, важнейшим направлением комплексной реструктуризации предприятия

становится создание эффективной системы баланса интересов: собственник – менеджмент - сотрудники.

Новый этап реструктуризации, необходимой для реализации инвестиционного процесса, расширяет цели и задачи не только производственной, но и финансовой реструктуризации. Теперь основной целью финансовой реструктуризации является увеличение рыночной стоимости (или капитализации) фирмы.

Перераспределение активов на предприятии, прошедшем первичную реструктуризацию, может служить средством для изменения товарной номенклатуры, а не только концентрации прибыли. В новых условиях становится возможным использования различных финансовых инструментов, таких как лизинг, кредитование под конкретные проекты развития, выпуск долговых ценных бумаг, являющихся теперь уже не денежным суррогатом, а полноценным средством привлечения дополнительного финансирования. Возможна также частичная рекапитализация (обратный выкуп акций, обмен долговых обязательств на долю собственности предприятия и т.п.), целью которой является концентрация финансовых потоков в руках одного собственника.

На каждом из этапов, независимо от специфики общих целей и задач, определяющим условием эффективности преобразований является мотивация собственника и управленцев. Именно от их решений зависит, сможет ли предприятие выйти на новый уровень конкурентоспособности или же превратится в конкурсную массу имущества, пущенного с молотка.

Литература

1. Тутунджян А.К. Реструктуризация предприятий в условиях перехода к рыночной экономике: проблемы теории и практики. – М.: Экономика, 2000.
2. Тренов В.Н. Реформирование и реструктуризация предприятия: методика и опыт. – М.: РОЭЛ Консалтинг, 1998.
3. Организация и управление процессами реструктуризации и развития промышленных предприятий региона: материалы научно-практической конференции 22 марта 2002 года, ЮРГТУ / [Отв. Редактор Сербинский Б.Ю]. – Новочеркасск: ТЕМП, 2002.
4. Задворочнов Д.Н. Реструктуризация предприятий в странах Восточной Европы: достижения и ошибки. // Инвестиции плюс. 2000. – 2(23).
5. Ясин Е. Г. - Российская экономика: истоки и панорама рыночных реформ. М.: 2001.

Оценка влияния реформы по монетизации льгот на пассажирское автотранспортное предприятие *Пахмутов Иван Александрович*

студент

Марийский Государственный Технический Университет, Россия

E-mail: pahmutov@front.ru

Цель данной работы – оценить влияние государственной реформы по монетизации льгот на функционирование пассажирского автотранспортного предприятия на примере ГУП РМЭ «Йошкар-Олинское ПО автовокзалов и пассажирских автостанций», специализирующегося на автобусных пассажирских перевозках, и выработать рекомендации по эффективному управлению предприятием в сложившихся условиях.

Для достижения поставленной цели был применен аппарат эконометрического моделирования для показателей объема пассажиропотока и выручки в целом по предприятию в разрезе месяцев без учета фактора отмены льготного проезда. При этом отдельно анализировались данные по междугородним и пригородным перевозкам. Полученные модели на основе данных за 4 календарных года (2001-2004гг.) в разрезе месяцев позволяют построить прогноз на 2005 год в целом, однако наиболее интересны первые два месяца текущего года, так как возможно провести сравнение с фактическими

данными. Именно такое сравнение позволяет количественно оценить и провести анализ изменений, вызванных государственной реформой.

Несмотря на то, что имеются фактические данные только за два первых месяца 2005 года и основное влияние действия проводимой реформы следует ожидать в летний период, приведем количественную и качественную оценку складывающейся ситуации на предприятии:

- объем пассажиропотока на пригородных маршрутах резко снизился по сравнению с ожидаемым уровнем, тогда как на объемы пассажиропотока на междугородных маршрутах реформа практически не повлияла;
- снижение объемов пассажиропотока в целом по предприятию составило 16% в январе и 18% в феврале по сравнению с прогнозируемыми значениями, однако следует учитывать дополнительный фактор, связанный с введением с 2005 года десяти праздничных дней в начале января, что непосредственно увеличило мобильность населения, следовательно, прогнозируемый объем пассажиропотока был занижен;
- показатель валовой выручки по пригородным маршрутам увеличился на 8% в январе и всего лишь на 0,5% в феврале, по междугородным маршрутам – 11% в январе и 2% в феврале.

Рассчитанные выше относительные показатели позволяют сделать вывод о том, что уменьшение доли пассажиров льготных категорий позволило, хотя и незначительно, увеличить выручку предприятия. Так же можно констатировать тот факт, что мобильность граждан льготных категорий уменьшилась в пригородных зонах и осталась практически неизменной по отношению к междугородным поездкам.

В рамках данного исследования так же был проведен структурный анализ валовой выручки недополучаемой автотранспортными предприятиями от продажи льготных билетов по состоянию на 2004 год, который показал, что основные категории граждан, пользующихся бесплатным проездом, сохранили за собой право на льготы, что и объясняет достаточно низкие показатели увеличения валовой выручки автотранспортных предприятий.

Специалисты отмечают, что спецификой рассматриваемой отрасли является то, что снижение пассажиропотока практически не ведет к уменьшению затрат автотранспортного предприятия, поэтому в сложившихся условиях можно порекомендовать оптимизацию маршрутов, например, уменьшение количества рейсов, не пользующихся достаточным спросом, объединения нескольких маршрутов в один и т.д.

Современные тенденции формирования и развития игорного бизнеса в России

Побойня Владимир Валерьянович

аспирант

Ростовский государственный университет, Россия

E-mail: zlata-55@mail.ru

Игорный бизнес есть неотъемлемая часть любой современной экономики. В период господства советской системы хозяйствования игорный бизнес казался россиянам, связанным с чисто капиталистической формой хозяйствования, он воспринимался как предпринимательская деятельность, не приличествующая честным людям и основанная на обмане.

Понадобились годы экономических реформ в России, практического перехода к рыночным методам хозяйствования, беспрестанного изучения опыта развитых в экономическом отношении стран, чтобы понять, что игорный бизнес - это нормальное дело, а игроки - нормальные люди. Весь игорный бизнес за последние несколько лет из полуофициального вида деятельности превратился в легальный вид бизнеса в сфере отдыха и развлечений. По результатам социологических исследований, проведенных Российской ассоциацией развития игорного бизнеса, выяснилось, что число собственно

«новых русских» среди постоянных посетителей развлекательных и игорных заведений не просто сократилось – большая часть посетителей это так называемый «средний класс», люди, пришедшие отдохнуть, культурно и интересно провести время.

Игорный бизнес в России появился 14 лет назад, когда в СССР открылось первое казино. Фактическая же его легализация произошла, и вовсе в 1998 году, то есть 6 лет назад, после принятия Федерального Закона «О налоге на игорный бизнес». Если говорить о цифрах, то на сегодняшний день в России выдано более 2000 лицензий на осуществление деятельности по проведению азартных игр и пари, оборот индустрии игорного бизнеса превышает сумму 1.5 млрд. долларов. Всего в нашей стране в сфере игорного бизнеса трудятся, пройдя соответствующее обучение и имея специальную подготовку – около 400 тысяч человек. Специалисты, проводившие исследования в сфере игорного бизнеса, отмечают: сегодня здесь «крутятся» абсолютно чистые деньги. Игорный бизнес является одним из самых аккуратных налогоплательщиков в стране, принося до 3 миллиардов рублей ежегодно в федеральный и региональные бюджеты. Никаких «сверхдоходов» этот бизнес не приносит, здесь обычная для российской практики рентабельность. По данным прошлого года, доля затрат в доходах игорных заведений достигла 98 процентов, из которых 58 процентов – налоги. На данный момент времени российский рынок переживает «бум» игорных заведений. Быть конкурентоспособным в таких условиях очень сложно. Несмотря на разнообразие и глубину теоретических разработок по менеджменту и теории организации, лишь немногие работы посвящены исследованию специфики формирования российского игорного бизнеса в условиях становления рыночной экономики, исследованию форм и способов управления в условиях модернизирующейся институциональной среды. В современных условиях появилась необходимость наиболее полного, всестороннего осмысления теории и технологии менеджмента, учитывающих расширение многообразия элементов и связей, функций и структур, организаций и институций игорного бизнеса.

Малый бизнес и СМИ: модели взаимоотношений

Поленков Вячеслав Николаевич

аспирант

Обнинский Государственный Технический Университет Атомной Энергетики, Россия

E-mail: iatel@yandex.ru

Интерес к проблеме взаимоотношений средств массовой информации и бизнеса обусловлен бурным ростом отечественного рекламного рынка (свыше 30% в год, начиная с 1998 г.). Однако положение отдельных участников данного рынка довольно неоднозначно. Около 80% рынка сконцентрировано в Москве, а значит реальная ситуация на региональных рекламных рынках остается неизвестной. Для того чтобы пролить свет на картину местного рекламного рынка с 2003 года проводится исследование рекламного рынка г. Обнинска (100 тыс. жителей).

Исследование осуществляется в два этапа, в соответствии с выделением двух основных групп агентов рекламного рынка: средств массовой информации и предпринимателей. На первом этапе исследования, в 2003 году, изучались местные СМИ, особенности их функционирования и место в системе рыночных отношений на указанном рынке. Результаты данного исследования показали, что российские СМИ на местном уровне функционируют по особым законам. Для объяснения особенностей взаимоотношений СМИ и малого бизнеса была разработана теоретическая модель, суть которой нашла отражение в следующих гипотезах.

1. В России на местном уровне классическая схема отношений СМИ и малого бизнеса, базирующаяся на принципах теории маркетинга, неэффективна (и не работает). Отсутствует реальная заинтересованность предпринимателей в стимулировании сбыта посредством рекламы. Кроме того, СМИ не удовлетворяют потребности малого бизнеса в необходимой информации.

2. На российском рынке рекламных услуг местного уровня основным адресатом рекламных сообщений являются не потребители товаров и услуг, а другие предприниматели. Поэтому реальный эффект от затрат местного малого бизнеса на услуги местных СМИ проявляется не в росте продаж, а в установлении контактов с другими предпринимателями.
3. Сложившаяся система создает предпосылки для участия местных СМИ в различных формах нечестной конкуренции
4. Сложившаяся система отношений между СМИ и малым бизнесом на местном уровне тормозит развитие малого предпринимательства и снижает эффективность его работы.

Для проверки данных гипотез на втором этапе исследования в 2004 г. проводилось интервьюирование предпринимателей г. Обнинска по вопросам их работы с местными СМИ (размещение и эффективность рекламы в местных СМИ, источники деловой информации, общее отношение к местным СМИ).

Результаты исследования показали наличие серьезных противоречий между теорией маркетинга и реальной ситуацией на обнинском рекламном рынке.

Наиболее активные на рекламном рынке фирмы из групп оптовой и розничной торговли (доля фирм, размещающих рекламу, 66,7% и 80% из каждой группы, соответственно) продемонстрировали самые низкие оценки эффективности (наличие эффекта от рекламы признали только половина фирм из розничной торговли и только 8,3%(!) фирм оптовой торговли). Таким образом, мотивация большинства фирм в размещении рекламы лежит вне ожиданий роста продаж и получения определенного экономического эффекта, что подтверждает гипотезу 1.

Однако выявленные предпочтения предпринимателей в методах поиска деловых партнеров показали, что уровень доверия к местным СМИ крайне низок и обращаться через них к своим потенциальным партнерам готовы менее 20% предпринимателей. Более того, интервью продемонстрировали низкую значимость деловых сообщений в местных СМИ для бизнеса в целом (56,5% предпринимателей относятся к подобным сообщениям с безразличием). Следовательно гипотеза 2 о роли местных СМИ как посредника между предпринимателями не нашла подтверждения.

Участие местных СМИ в нечестной конкуренции (гипотеза 3) было подтверждено предпринимателями практически во всех сферах деятельности. Основной формой нечестной конкуренции выступает дифференцированный подход к фирмам при попытке размещения ими материалов из категории PR. Фирмы, имеющие влияние в СМИ, обладают правом размещения данных материалов бесплатно под видом новостей, в то время как другие фирмы вынуждены платить не только за размещение, но и за работу журналистов по доработке сообщений. Фирмы, испытывающие реальные потребности в развитии, вынуждены нести дополнительные затраты и поддерживать городские СМИ. В результате складывается система, в которой работа местных СМИ ведется за счет снижения эффективности местного предпринимательства (в соответствии с гипотезой 4).

Построение взаимовыгодных отношений возможно только при объединении предпринимателей и усилении их общественной позиции, но сделать это без поддержки извне будет очень трудно.

Мотивация персонала в сфере сервиса и туризма

Полухина Анна Николаевна

сотрудник

Марийский государственный технический университет, Йошкар-Ола, Россия

E-mail: apol@pochtamt.ru

Сфера сервиса и туризма на сегодняшний день является одной из самых популярных как в среде предпринимателей, создающих фирмы в этой привлекательной отрасли, так и в среде исследователей, занимающихся изучением проблем развития

экономики современной России. Современная ситуация, сложившаяся в сфере сервиса и туризма, отмечена рядом проблем, среди которых важное место занимает модернизация системы управления персоналом организации с учетом новейших подходов теории кадрового менеджмента. Обратимся к одной из важных составляющих системы управления персоналом – мотивации. В персональном менеджменте понятие мотивация используется для объяснения последовательности поведенческих действий сотрудников организации, направленных на конкретную цель, которая может меняться в зависимости от различных задач деятельности организации и жизненных обстоятельств конкретных работников [2, с. 457]. Теория кадрового менеджмента включает несколько концепций мотиваций: А.Маслоу [5], К.Альдерфером [4], Ф.Герцбергом [4], Дэвида Мак Клеландом [4] и другие, но хотелось бы предложить иную систему мотивации персонала для сервисной и туристской компании, которая, по нашему мнению, более адекватно отражает ситуацию в данном секторе. За основу концепции мы предлагаем принять систему, разработанную канадскими исследователями Мари-Клер Чарейтти, Реал Ст.Аманд, Хелена Лусиер [3], которая демонстрирует необходимые и желательные компоненты, гарантирующие эффективность менеджмента человеческих ресурсов, переведенную и адаптированную нами, исходя из потребностей российской экономики и сервисно-туристской отрасли.

Концепция развития и стимулирования человеческих ресурсов организации состоит из трех блоков, каждый из которых включает ряд элементов, расположенных по возрастающей, что способствует усилению воздействия мероприятий по созданию позитивной мотивации в целом. Так первый блок - базовый уровень - включает следующие элементы:

1. Базовая зарплата – это необычайно детерминирующий фактор, и одновременно, фактор соревнования одной компании с другой, хотя при относительно низкой стоимости компании, что иногда имеет место в сервисно-туристском секторе, данный мотивирующий фактор следует применять с осторожностью.
2. Система бонусов-льгот для персонала. Льготы составляют основную линию предложений по найму персонала. Руководству компании следует разработать систему бонусов. В качестве примеров можно указать: предоставление ряд дополнительных льгот, включая дополнительный оплачиваемый отпуск, отпуск для восстановления здоровья и по уходу за ребенком, стоматологическую страховку, планирование пенсии или кредитование на покупку жилья или оплату получения образования детьми работников организации с последующим предоставлением выпускникам рабочих мест.
3. Поддержание постоянного уровня рабочей силы гарантирует дальнейшую эволюцию компании и обеспечивает ее существование. Руководству компании в сфере сервиса и туризма следует работать на перспективу, поэтому мероприятия по разработке стратегического планирования персонала являются одними из приоритетных.
4. Параллельный путь планирования карьеры является одним из наиболее привлекательных стимулов для персонала. При этом подразумевается, что компания поощряют профессионалов к выбору и осуществлению собственных карьерных планов, которые сочетаются со стратегическим направлением развития организации.
5. Обеспечения исследований и развития персонала означает поддержку интереса сотрудников организации к участию в исследовательских проектах, что является привлекательным фактором для вступления в компанию и для поддержания лояльности.

Второй блок – организационная среда - состоит из элементов:

1. Культура организации. Многие компании стараются культивировать командный дух и оригинальную идентификацию компании. Компании сервисно-туристского сектора экономики заинтересованы в привлечении клиентов, а также хороших специалистов на работу посредством демонстрации успешной организационной культуры, поэтому разработка и внедрение системы ее принципов является одной из актуальнейших задач.

2. Обучение и развитие. В большинстве организаций сферы сервиса и туризма данная проблема стоит достаточно остро, потому что на всех уровнях российского бизнеса отмечается сегодня нехватка профессионалов в данной сфере[1, С.11].
3. Признание и вознаграждение. Важность выражение одобрения своим служащим и важность награды признается как психологами, так и менеджерами-практиками. Было бы желательно, чтобы все сотрудники компании информировались об образцовом вкладе в компанию, сделанном их сослуживцами, и участвовали в трудовых соревнованиях.
4. Коммуникации. Следует отметить важность прозрачных коммуникаций в организации для представления мнения сотрудников и проявления уважение к их ожиданиям.

Третий блок – гибкость - включает элементы:

1. Льготы для служащих – «стиль кафетерий», т.е. предложение двух типов льгот: базисные льготы и оптимальные льготы с последующим выбором приоритетного набора собственно работником. В рамках организации сервиса и туризма применение данной модели может найти достаточно широкое распространение, т.к. неоспорима привлекательность продукта отрасли для российского потребителя.
2. Мобильность. Следует поощрять мобильность в пределах компании (проведение внутренних карьерных ярмарок и т.д.), что позволяет работникам быть менее склонными к уходу из компании.
3. Рабочее расписание. Речь идет о предоставлении сотрудникам гибкого расписания, когда начало и окончание рабочего времени периодически меняется вокруг определенного периода. Мы полагаем, что умелое распределение рабочего времени в организации сферы сервиса и туризма может обеспечить повышение эффективности деятельности, так как многие сотрудники (особенно в турфирмах) проводят большую часть времени не за собственным рабочим столом в офисе, а на различных встречах, выставках, презентациях, в официальных учреждениях при оформлении документов и т.д.

Таким образом, мы полагаем, что новая система мотивации персонала в сервисных и туристских организациях, основанная на комбинации традиционных способов и гибких методов, предоставит менеджерам возможность для разработки собственной программы стимулирования сотрудников, исходя из потребностей конкретной компании.

Список использованной литературы:

1. «Кадры решают...» Что? // Гостеприимство, 2002, № 5, С. 11 – 15.
2. Егоршин А.П. Управление персоналом, Н.Новгород, 2001.
3. Charette Marie-Claire. Human Resources Management of the Scientific and Technological Community in the Private Sector (www.psc-cfp.gc.ca/publications/monogra/).
4. Staff, leadership and motivation, www.eldtrain.com.au/manage

Управление и инновации в условиях сетевой межфирменной кооперации

Попов Никита Игоревич

студент

Санкт-Петербургский Государственный Университет, Россия

E-mail: Nikita.Popov@mail.ru

Современные темпы научно-технического прогресса заставляют малые фирмы адаптироваться вместе, и изобретать всё более сложные схемы кооперации. Актуальность изучения процессов адаптации и новых организационных форм настолько велика, что некоторые известные учёные (например, Олвин Тоффлер, Мануэль Кастельс, Филипп Котлер) даже называют современное общество «обществом сетевых структур». Эмпирическое исследование сетевых структур началось в 1970 гг. IMP Group – группой европейских маркетингов. К изучению сетей постепенно приступили теоретики организаций, экономисты, социологи. Итогам российских исследований в прошлом году

была посвящена научная Интернет-конференция www.ecsocman.ru. Теоретические основы сетевой кооперации малых фирм ещё очень слабы. А в российских условиях навыки сетеобразования были и будут необходимы предприятиям малого инновационного бизнеса не только для достижения преимуществ перед конкурентами, но и для выживания в борьбе с крупными компаниями.

Сети малых предприятий. С точки зрения теории контрактов, сетевая координация подразумевает постоянный структурированный набор фирм и некоммерческих организаций, вовлечённых в процесс производства товаров и услуг на основе неявных бессрочных контрактов с тем, чтобы адаптироваться к шокам в окружающей среде и снизить взаимный оппортунизм. Важная часть макроэкономических стимулов к сетевой кооперации в российской промышленности связана с высокими транзакционными издержками на несовершенных товарных и сырьевых рынках. Формирование бизнес-групп дополняет недостающие институциональные механизмы. Легитимизация ресурсов происходит именно с помощью деловых сетей.

Снижение стоимости передачи информации создаёт основу для расширения сетей деловых контактов и используется малыми фирмами при выходе на международные рынки и при коммерциализации инноваций. Возрастает число непредсказуемых событий и неожиданных решений в сети, становящихся известными её участникам, и увеличивается вероятность их коммерциализации. Значит, создаётся благоприятный инновационный климат. В докладе предлагается, как использовать российский и мировой опыт сетевой кооперации в отрасли программного обеспечения для усиления конкурентных позиций российских разработчиков на мировой арене.

Роли менеджера меняются вместе со стадией жизненного цикла – их содержание зависит от контекста, технологии, культуры. Формальная власть и руководство теряют своё значение, экономически более выгодно занять центральную позицию в отношениях, которая ускоряет доступ к ресурсам, снижает затраты на их получение и ослабляет конкуренцию. Тем не менее, инновационные фирмы могут извлечь пользу и из периферийной позиции: новые гениальные идеи чаще появляются на грани нескольких однородных пространств. Источником и собственником инноваций является сеть в целом, а не отдельные фирмы.

Сеть малых и средних предприятий имеет свой жизненный цикл, который оказывает влияние на инновационную активность кооперирующихся фирм. Неформальная организационная структура усиливается, и растёт влияние людей, поддерживающих межфирменные контакты. Успешные предприниматели хорошо умеют перераспределять избыточный риск между другими людьми. Значит процессы внедрения инноваций и сетеобразования неразрывно связаны друг с другом, и циклы той и другой активности тесно связаны между собой.

Заключение. При объединении малых и средних фирм в сети, имеющие общую стратегию развития, перед менеджерами встанет новый ряд «отношенческих» задач, а у фирм появится ряд «отношенческих» компетенций. «Отношенческие» активы фирмы, такие как репутация и связь с ключевыми клиентами, составляют всё большую часть её организационного богатства, и их экономическая роль растёт.

При переходе к новой экономике фирмы способны использовать эти активы, лишь применяя новые адаптивные структуры и новые технологии управления. Активное целенаправленное обучение новым методам способно принести плоды как отдельным предприятиям и их руководителям, так и российской экономике в целом.

Литература

1. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. Под редакцией В.Л. Иноземцева. М., Academia, 1999.
2. Charles C. Snow, Raymond E. Miles, and Henry J. Coleman, Jr. Managing 21st Century Network Organizations // *Organizational Dynamics*, Winter 1992.

3. Von Hippel, E. The sources of innovation. Oxford, Oxford University Press, 1989.
4. The Russian Software Development Industry Survey 2003, Outsourcing-Russia.com.

Проблемы комплексного использования маркетинговых моделей

Попова Евгения Александровна

студентка

Ростовский Государственный Университет, (пусто), (пусто)

E-mail: konase@mail.ru

Как известно, результаты маркетингового исследования интегрируются в соответствии с выбранной маркетинговой моделью, объединяющей в себе информацию о целевых группах потребителей товаров и услуг, о конкурентах, о компании — объекте стратегического планирования и ее окружающей среде. Огромное количество предлагаемых в настоящее время маркетинговых моделей позволяет с разной степенью точности и детализации представить ту или иную сторону положения компании на рынке.

Можно выделить следующие модели:

- модели анализа текущего положения компании (МАТП).
- модели постановки стратегических целей компании
- модели разработки стратегии компании

Свою деятельность по расширению рыночной доли российские страховые компании проводят на основе маркетинговой стратегии, изучающей не только спрос на страховые продукты, но и спрос на финансовый и налоговый консалтинг.

На страховом рынке присутствуют следующие направления маркетинговой деятельности:

- **маркетинг реагирования**, направленный на выявление и удовлетворение сложившихся потребностей в управлении рисками страхователей;
- **маркетинг прогнозирования**, направленный на определение формирующегося потребительского спроса, на страховую защиту, связанную с имущественными и финансовыми рисками страхователей;
- **маркетинг продвижения**, направленный на сегментирование рынка и продвижение новых страховых продуктов и услуг;
- **маркетинг устойчивого развития**, направленный на обеспечение долгосрочной конкурентоспособности страховой компании, который связан с инвестиционной политикой страховщика.

Большинство российских компаний проводило до последнего времени политику продаж на рынке на основе маркетинга реагирования на потребительский спрос клиентов, ориентируясь в основном на запросы крупных корпоративных клиентов, способных приобретать страховую защиту не только по обязательным, но и по добровольным видам страхования. Следование стратегии маркетинга реагирования привело в настоящее время к унификации предлагаемых страховых продуктов, выравниванию тарифов, что и определило повышение роли финансового консалтинга страховщика в выборе потребителем страховой компании.

Маркетинговыми стратегиями, направленными на продвижение и прогнозирование, занимались только крупные страховые компании или компании с иностранным участием капитала, которые и получили определенные конкурентные преимущества за свои инновации. Однако после изменений институциональных основ развития страхового рынка в начале 2003 г., маркетинговые стратегии на рынке стали смещаться в сторону прогнозирования и планирования на базе превосходящего маркетинга и маркетинга, формирующего запросы. При этом последний представляет собой самую заманчивую, но и самую рискованную концепцию выбора оптимальной стратегии.

Выбор той или иной концептуальной основы для задачи стратегического планирования деятельности компании полностью определяет подходы к решению ее

системных проблем, связанных прежде всего с системным описанием объекта стратегического планирования. Система целей в структуре рассмотренных выше концепций может быть представлена в виде:

- для маркетинга реагирования — желаемого увеличения показателя конкурентоспособности;
- для превосходящего маркетинга — величины дополнительно выявленной и удовлетворенной потребности;
- для маркетинга, формирующего запросы, — типа нового товара и услуги и объема их производства.

Согласно универсальный алгоритм решения задачи управления в общем случае включает в себя следующие этапы:

- формирование цели управления;
- выбор и классификация факторов, влияющих на достижение цели;
- составление списка альтернатив управленческих решений в структуре управляемых факторов;
- выделение подсистем системного описания, объединяющих в себе группы факторов, связанных единым смысловым содержанием;
- выбор показателей эффективности работы как для всего объекта в целом, так и для его подсистем;
- выбор моделей функционирования объекта управления и его подсистем, процедур оценки и выбора наилучших управленческих решений;
- планирование эксперимента с системными моделями;
- оценка альтернатив управленческих решений и выбор наилучшей;
- внедрение выбранной стратегии.

В структуре задачи стратегического планирования вышеприведенный алгоритм позволяет, двигаясь от цели стратегического планирования, получить весь комплекс микрозадач стратегического планирования — от задач реинжиниринга бизнес-процессов до задач управления персоналом. Каждая из них тесно связана с тем или иным существенным фактором, плановые изменения которого позволяют осуществлять кампании движения к поставленной цели наилучшим образом

Большинство компаний, решающих в настоящее время задачи стратегического планирования, выполняют этап формулировки цели и выбора факторов, влияющих на ее достижение, на базе данных, представляемых предварительными маркетинговыми исследованиями, имеющими целью оценки сегодняшнего положения компаний на рынке товаров и услуг. Отсюда становится очевидным, что низкое качество маркетингового исследования может оказать решающее влияние на весь результат задачи стратегического планирования, что заставляет особое внимание уделить проблеме повышения достоверности его результатов.

Интерактивный маркетинг на современной фирме

Приходько Александра Викторовна

студент

Ростовский Государственный Университет, Россия

E-mail: marketolog87@mail.ru

В современных концепциях маркетинга услуг, несмотря на то, что они разработаны различными исследователями из различных стран и построены на основе учета разных принципов, определяются общие структурные и концептуальные элементы. Выделяются теоретические модели маркетинга услуг, создателями которых являются Д. Ратмел, Л. Энглие, Е. Лангеард, В. Зейтхамл, М. Битнер, Ф. Котлер, Э. Гаммеесон, К Гренгроос.

Практически во всех концепциях значительная роль отводится важнейшим стратегически факторам маркетинга услуг: персоналу и процессу обслуживания. При этом большинство концепций признают необходимость использования дополнительных стратегий для управления маркетингом услуг.

К дополнительным стратегиям относятся внутренний маркетинг и интерактивный маркетинг. Известно, что каждый из видов услуг требует собственной стратегии поведения от их производителя. Вследствие того, что основные финансовые результаты производителей услуг зависят от потребителей, необходима ориентация стратегий таких фирм на клиентов, что автоматически увеличивает роль маркетинга как вида деятельности, направленного на выявление и удовлетворение потребностей и желаний потребителей посредством процесса обмена³⁵.

Практически все существующие теоретические модели маркетинга услуг исходят из признания общих черт, присущих разным классам и видам услуг, выделенных выше. Большинство теорий маркетинга услуг считают, что технологии не играют большой роли в развитии сферы услуг.

Модель Ратмела была первой попыткой показать различия между функциональными задачами маркетинга в производственном и непроизводственном секторах. Модель К. Гренгрооса, наиболее известного представителя Северной школы маркетинга услуг «Нордик скул», представлена исследованиями в области маркетинга услуг, осуществляемыми учеными из шведской и финской школ экономики. В значительной степени эта модель основана на моделях Д. Ратмела и П. Эйглие и Е. Лангеарда. Однако вкладом Северной школы в теорию маркетинга общепринято признается детальная концептуальная разработка терминологии маркетинга услуг и введение в научный оборот таких концепций, как внутренний маркетинг, качество услуги и интерактивный маркетинг. То, что Д. Ратмел подразумевает под «дополнительной функцией маркетинга», применительно к услугам К.Гренгроос называет «интерактивным маркетингом». Интерактивный маркетинг нацелен на процесс взаимодействия между потребителем и персоналом фирмы, оказывающей услуги.

По мнению К.Гренгрооса, качество обслуживания создается именно в процессе интерактивного маркетинга, и главная задача интерактивного маркетинга – это создание и поддержание качественных стандартов обслуживания. Функционально-инструментальная модель качества обслуживания предполагает, что потребителю в процессе обслуживания важно не только то, что потребитель получает в процессе обслуживания (инструментальное качество), но и как этот процесс происходит (функциональное качество). По мнению К.Гренгрооса, для того, чтобы создать функциональное качество обслуживания, менеджеру необходимо развивать стратегию внутреннего маркетинга, иногда называемого интернальным маркетингом.

Стратегия традиционного маркетинга направлена на звено «фирма-потребитель» и связана с вопросами ценообразования, коммуникаций и каналами распространения. Внутренний маркетинг нацелен на контактный персонал фирмы и предназначен для создания таких мотивационных и организационных условий труда, которые бы активно способствовали созданию функционального качества обслуживания. Стратегия интерактивного маркетинга направлена на звено «персонал-потребитель» и связана с контролем качества оказания услуги, происходящим в процессе взаимодействия персонала и потребителей.

³⁵ Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах. – М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2004. – С. 9.

Интернет-маркетинг
Пружинина Ольга Павловна
курсант

Академия права и управления Министерства юстиции Российской Федерации, Россия
E-mail Belaya@academjust.ryazantelecom.ru

Постепенно из модной игрушки Интернет превращается в один из инструментов для ведения бизнеса. Все большее число компаний начинает использовать новые возможности, открывающиеся при грамотном применении новых технологий. В последнее время штат коммерческих предприятий все чаще пополняется специалистами, нанятыми исключительно для решения различных рекламных или маркетинговых задач с применением электронных технологий. Тем не менее, «классические» рекламные и маркетинговые методы для Интернет не всегда подходят. Это происходит, во-первых, в силу специфичности сетевой аудитории, а во-вторых, по причине целого ряда значительных отличий электронного пространства от мира внесетевого экономики.

Главная особенность рынка электронной коммерции состоит в ее интерактивности. В данном случае потребитель и производитель находятся на абсолютно равных правах. Выяснить в любой момент у пользователя его мнение о предлагаемом товаре или услуге и обработать полученные сведения не составляет большого труда. Именно это и позволит производителю гибко менять собственную маркетинговую политику в зависимости от обстоятельств – в том числе и от колебаний спроса. Интернет – незаменимый инструмент добычи свежей маркетинговой информации, и в этом отношении он существенно превосходит традиционные СМИ. И, наконец, использование Интернета заметно сокращает накладные расходы по продвижению товаров и услуг при уменьшении риска капиталовложений, сохраняя необходимую эффективность.

Говоря об интернет-коммерции в целом, можно найти массу причин, чтобы не считать ее инструментом, способным приносить прибыль. Одна из главных причин заключается в очень небольшом количестве пользователей Интернет в России. Средний пользователь Интернет очень сильно отличается от среднестатистического жителя России, в первую очередь по уровню материального благосостояния, технической подготовке и уровню образования. Этот фактор, с одной стороны, делает использование интернет-коммерции идеальным инструментом для продвижения компьютерной техники, программного обеспечения и сложной электроники. С другой стороны, этот же фактор делает менее эффективным использование Интернет для продвижения товаров массового спроса. Хаотичность и информационная перегруженность большинства сайтов затрудняют привлечение и удержание потенциальных клиентов. Следует обратить особое внимание на вопросы, связанные с безопасностью финансовых сделок и передаваемой конфиденциальной информации. Явный недостаток профессиональных специалистов по интернет-маркетингу и рекламе приводит к низкому качеству оказываемых ими услуг.

Для определения стратегии и тактики интернет-маркетинга следует отталкиваться от положения что Интернет – это информационная сеть, позволяющая улучшить уже существующие бизнес-коммуникации и, как следствие, оптимизировать бизнес-процессы. Из этой предпосылки следует, что интернет-маркетинг – это инструмент достижения определенных маркетинговых целей, имеющий свои особенности, свои ограничения, свои преимущества и свои недостатки. Таким образом, политику интернет-маркетинга фирма разрабатывает исходя из общей маркетинговой кампании.

Стратегия и тактика проведения интернет-кампании различными фирмами могут быть совершенно различными, однако при использовании того или иного инструмента необходимо правильно оценивать результаты его использования. Оценка эффективности маркетинговой

кампании во многих случаях не сводится к подсчету количества людей, прошедших по ссылке с баннера на сервер. Она может осуществляться по различным критериям, но в любом случае должна соответствовать изначальной цели интернет-маркетинга.

Большое значение при проведении интернет-кампании имеет правильная оценка целевой аудитории. Аудитория любого сайта – отнюдь не обезличенная толпа, она четко структурируется по ряду прозрачных критериев. Разделение аудитории на четко очерченные группы (различающиеся своим поведением на сайте) облегчает ее дальнейший качественный и количественный анализ. Для определения структуры аудитории сайта удобно пользоваться многомерной ячеистой моделью представления данных. В этом случае каждая выделенная группа аудитории описывается совокупностью всех заданных параметров, а сами группы обладают малым значением пересечения. В зависимости от специфики сайта можно выделить различные наборы параметров. Тем не менее, некоторое ключевое количество характеристик поведения пользователей есть у каждого сайта.

Разделенная на группы аудитория представляет большой интерес для всех. Для тех, кто связан с рекламой, поскольку позволяет очень точно нацеливать акции. Для проектировщиков, поскольку она позволяет проектировать сайт, настраивая его на привычки и желания конкретной группы. Для авторов содержания, так как позволяет точнее подстраиваться под возможности восприятия аудитории. Таким образом, умение структурировать аудиторию сайта и управлять ею – важная часть создания сайта.

Начиная с 2000 г. в России идет рост числа компаний, активно использующих Интернет в своем бизнесе. Задачи, решаемые при помощи корпоративного сайта, все в большей степени смещаются от рекламных и информационно-маркетинговых в сторону решения технологических вопросов. При этом все больше внимания уделяется функциональности сайта, связи с бизнес-процессами и насыщенности полезной информацией. Таким образом, Интернет-коммерция – это не просто создание онлайн-буклета или электронного магазина, за всем этим должны стоять отлаженные технологии работы с клиентами и все должно базироваться на наработанном ранее опыте, бизнес-процессах и инфраструктуре их обслуживания. Технологии Интернет-коммерции позволяют не только знать, но и предвосхищать потребности клиентов, и только при такой организации работы можно будет с уверенностью смотреть в будущее.

Стратегия в управлении современным промышленным предприятием

Родригес Вега Ярославна Густавовна

студентка

Карагандинский государственный технический университет, Казахстан

E-mail: santagloria@yandex.ru

Слово "стратегия" в переводе с греческого языка означает "искусство развертывания войск в бою". За последние 20 лет это понятие широко вошло в обиход специалистов-управленцев, теорию и практику менеджмента как набор правил, которыми руководствуется предприятие при принятии управленческих решений. Также стратегию рассматривают как общий комплексный план, обеспечивающий осуществление миссии и достижение хозяйственных целей. Стратегия определяет цели и основные пути их достижения так, что предприятие получает единое направление действий. Таким образом, стратегия определяет границы возможных действий и принимаемых управленческих решений [1]. То есть стратегия это не идеальное представление или видение, а конкретное, реально достижимое деятельностное состояние предприятия через определенный промежуток времени [2].

Для разработки стратегии проводят детальный анализ следующих факторов [2]:

- Настоящего стратегического положения компании.
- Социальных, политических, гражданских и регулирующих норм.
- Привлекательности отрасли и уровня конкуренции в ней.
- Возможностей компании и угроз.
- Сильных и слабых сторон компании, ее конкурентных возможностей.
- Личных устремлений, философии бизнеса, этических принципов руководства.
- Общих ценностей и корпоративной культуры.

Таким образом, будет проведен анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней, а также анализ ситуации внутри компании. После чего необходимо [2]:

- Сделать вывод о степени влияния внешних и внутренних факторов на стратегию.
- Осуществить выбор и оценить стратегические альтернативы.
- Выработать стратегию, полностью отвечающую реальному положению компании.

Стратегическое видение необходимо четко и ясно доносить до всех сотрудников предприятия, чтобы они могли понимать действия руководства, корректировали свою деятельность в соответствии со стратегическими целями, а также могли вносить предложения по коррекции стратегии, так как известно, что «стратегия идет сверху вниз, а корректируется инициативами снизу вверх» [2]. Также ясное донесение стратегии до работников служит им стимулом к работе, вдохновляет и пробуждает ответственность.

Распространение содержания стратегии важный и обязательный процесс. Он должен охватить не только внутреннюю среду предприятия, то есть все его подразделения, работников, но и внешнюю среду – клиентов, акционеров/собственников, партнеров. Это дает большое преимущество предприятию, так как его окружение понимает стремления предприятия и уже более целенаправленно может работать с ними, происходит большая отдача на вложенные труд и деньги, что ведет к повышению эффективности деятельности предприятия.

Стратегия должна корректироваться, так как все условия изменяются, и своим изменением могут ухудшить либо улучшить состояние компании. Коррекция должна осуществляться на всех этапах существования стратегии для чего необходимо постоянно осуществлять: контроль за реализацией существующей стратегии; анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в отрасли; анализ ситуации внутри компании. Кроме этого необходимы:

- хорошая информированность, как самого предприятия, так и его работников – важный фактор в разработке стратегии;
- налаженные каналы передачи инициативных предложений работников по корректированию стратегии – что позволит быстрее и лучше выявлять затруднения в процессе реализации стратегии, проводить рефлексию и вносить коррекцию;
- готовность руководства предприятия работать с инициативами по коррекции стратегии, которые поступили от нижестоящих работников;
- умение предвидеть и моделировать будущую ситуацию.

Выделяют 5 общих стратегий конкуренции для не диверсифицированной компании [2]. Рассмотрим их на примере промышленных предприятий г. Караганды:

1. Стратегия лидерства по издержкам. Отрицательный пример – ОАО «Конфеты Караганды», которые еще 7-10 лет назад были одной из лучших в Казахстане кондитерских фабрик, а сейчас – слишком углубились в стратегию низких издержек, мало уделяют внимания контролю за реализацией стратегии, анализу отрасли и состояния предприятия, не корректируют свою стратегию, что в итоге привело к резкому снижению качества продукции.
2. Стратегия широкой дифференциации. Примером этой стратегии может служить завод Металлоконструкций в г.Караганде, который выдерживает конкуренцию с ведущими крупными корпорациями в регионе АО «Миталл-Стил Темиртау» и ОАО «Корпорацией «Казахмыс».

3. Стратегия оптимальных издержек. Примером является мебельная фабрика «Рахат», которая выпускает большое количество видов мебели, и цена соответствует качеству продукции.
4. Сфокусированная стратегия или стратегия рыночной ниши, основанная на низких издержках. Пекарня ЧП «Васильченко» - выпечка хлеба и кондитерских изделий. Небольшой рыночный сегмент, низкие цены, хорошее качество.
5. Сфокусированная стратегия или стратегия рыночной ниши, основанная на дифференциации продукта. Яркие примеры в г.Караганде – предприятия услуг пассажирских автоперевозок (Карагандинский автопарк № 3, ПК «Арман»).

Также в теории выделяют 6 стратегий диверсификации предприятий [2]:

1. Стратегия вхождения в новую отрасль. Примером могут служить построенные за последние 2-3 года в г.Караганде крупные супермаркеты и стратегия их вхождения в отрасль розничной торговли (гипермаркет ФПА «Валют-Транзит», супрмаркеты «Юма», «Халык» и др.).
2. Стратегию диверсификации в родственной отрасли реализует ОАО «Караганды-Нан», имеющий хлебомакаронный комбинат, мукомольни, птицефабрику; занимается производством напитков, хлеба, кондитерских и макаронных изделий и другие продукты питания.
3. Стратегию диверсификации в неродственной отрасли использует в своей деятельности ФПА «Валют – Транзит», имеет в своем составе от университета до финансового супермаркета. Очень активная и жесткая стратегия захвата рынков.
4. Стратегия свертывания и ликвидации выступает стратегическим ориентиром для шахт, которые не вошли в Угольный департамент АО «Миталл-Стил Темиртау» и вынуждены были объединиться и ликвидироваться.
5. Стратегия реструктурирования, восстановления и экономии реализуется на ОАО «Водоканал»: длительное время предприятие считается банкротом, но продолжают функционировать и проводить процесс восстановления своих убыточных производств.
6. Стратегия многонациональной диверсификации представлена в Карагандинской области угольным и стальным департаментами АО «Миталл-Стил Темиртау», входящими в восстав транснациональной компании АО «Миталл-Стил».

Таким образом, можно заключить, что стратегия указывает направление деятельности всей организации, мобилизует и подчиняет все имеющиеся ресурсы на достижение определенных целей, создает четкое видение действий, необходимых для достижения целей, а также видение самой организации, дает возможность оценивать альтернативные варианты действий предприятия, делает необходимым постоянный анализ и оценку появляющихся переменных и четкое и своевременное реагирование на них.

Список использованных источников

1. Бандурин А.В., Чуб Б.А. Стратегический менеджмент организации. – М., 2000.
2. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. М., 1998.

Time-management как инструмент повышения эффективности деятельности фирмы в российских условиях

Рудая Антонина Владимировна

студентка

Ростовский Государственный Университет, Россия

E-mail: rudyatonya@mail.ru

«Время - деньги» - аксиома, которую XXI век поставил под сомнение. Время уже не деньги - время дороже денег, время важнее денег, оно становится основным фактором конкурентоспособности компании. На мой взгляд, в настоящее время максимально

эффективно способна функционировать именно та фирма, руководитель и персонал, которой умеет грамотно и четко структурировать свое время.

При внедрении принципов и методов *классического time-managementa* в России необходимо учитывать следующие особенности:

- несмотря на то, что российская экономика признана рыночной, нельзя утверждать, что ее развитие происходит равномерно, а участники экономических отношений обладают высокой деловой культурой;
- современный бизнес настолько динамичен, что классические технологии жесткого планирования не срабатывают;
- большинство россиян относятся к эмоционально-интуитивному психологическому типу, преимущество которого - творческое мышление, а недостаток - трудности с самоорганизацией. Им бесполезно расписывать свой рабочий день поминутно - они все равно не выдержат этот график.

Таким образом, в «основе российского *time-managementa* должно лежать *гибкое* планирование, с постоянным пересмотром графика в зависимости от ситуации» [4].

Внедрение основ *time-managementa* целесообразно начинать с *анализа текущего состояния*, который включает следующие этапы:

1. Учет времени, выполняемый с помощью хронометража, для наглядности, представленного в форме таблицы. Существует три метода его выполнения: отслеживание действий через определенные промежутки времени, отражение в таблице каждого переключения внимания и сочетание двух, выше названных.

2. Анализ использования времени. «Принцип Парето гласит: 20% усилий приносят 80% результата, и наоборот, 80% затраченного времени часто дает на выходе всего 20%» [1], поэтому важно определить, каким образом расходуется время. Анализировать структуру расхода времени можно:

- по полезности (разделив все статьи расхода времени на три крупных группы: «полезное время», «техническое время» и «время-поглотитель»);
- по направленности (разграничив время, которое «тратится для себя», «для других», «для большого мира»);
- по статьям (выделив стандартные «статьи расхода времени» и подсчитав, сколько времени в неделю уходит на каждую из них).

3. Проверка соответствия текущего состояния стратегическим целям (для чего прежде всего необходимо поставить четкие цели и задачи).

4. «Описание желаемого состояния. Желаемое или идеальное состояние в данном случае - это такая структура использования времени, которая будет отражать все важные направления деятельности и максимально приближать к стратегическим целям» [4].

После получения наглядной картины сложившейся системы использования времени, выявления ее недостатков, наступает момент внедрения различных способов оптимизации управления временем. Среди классических, применяемых в России приемов *time-management* можно выделить: составление подробных краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных планов; ускоренный анализ приоритетов по принципу Эйзенхауэра.

Особое место занимает борьба с выявленными «похитителями времени», к которым относятся: непродуктивные разговоры по телефону, просмотры почты, плохо организованный обмен информацией между подразделениями, проблемы с компьютерным оборудованием, отвлекающие факторы на рабочем месте, исправление ошибок, которых можно было избежать, и т. д. Необходимо отметить, что в ходе решения существующих проблем важно не создавать новые. Например, многие руководители, решая проблему, связанную с телефонными разговорами, способствуют появлению чрезмерной офисной бюрократии. Многие секретари, на которых возложена обязанность общения с клиентами, партнерами и другими представителями внешней

среды не обладают культурой делового общения, умением выстраивать диалог емко и компактно, что приводит к увеличению временных затрат и сокращению числа лиц, в которых заинтересована компания.

Возможно создание собственных методов управления временем, например, способ организации дня Антона Ходарева - менеджера российской компании - заключается в построении наглядного «Дерева самомотивации», состоящего из отдельных частей – предстоящих дел.

Важным моментом является переход от персонального time-managementa руководителя к эффективному управлению временем всего персонала организации. Для успешного преодоления барьера между менеджером и служащими необходимо:

- структурировать и донести до сотрудников приоритеты компании в области расходования времени;
- создать единую систему обозначений (например, сотрудники одной российской компании не имеют права отвлекать человека, на столе которого стоит красный флажок – он обозначает крайнюю степень занятости хозяина);
- разработать «методологию контроля эффективного использования времени сотрудниками, предусматривающую систему поощрения и штрафов»[3].

Использование указанных методов позволяет увеличить эффективность работы фирмы, особенно в области торговли, на 30-40%.

Таким образом, в XXI веке вопрос «Как правильно управлять временем?» постепенно становится для деловых людей более важным, чем «Как правильно управлять деньгами?». И хотя чем выше уровень руководителя, тем большим количеством денег он распоряжается, времени у него остается ровно столько же, сколько и раньше — 24 часа в сутки. Поэтому оптимизация процесса распоряжения временем и является одной из основных целей деятельности современных руководителей.

Список литературы:

- 1.Алеева Е.В. «Временные поверенные»//Деньги, 2005,№3,с.24-26.
- 2.Архангельский Г.А. Организация времени: от личной эффективности к развитию фирмы, СПб, 2003, с.314.
- 3.Ермолаева Е.Н., «Ненавязчивый тайм-менеджмент»// Континент Сибирь, 2004, №9.
- 4.Козловский Н.И. Методическое пособие по тайм-менеджменту. М., 2003, с.196.

Исторические вехи развития концепции корпоративной социальной ответственности в зарубежной и отечественной науке и практике Рулинский В.И., Скляр Е.Н.

аспирант

Брянский государственный технический университет, Брянск, Россия

Корпоративная социальная ответственность – это постоянная приверженность бизнеса вести дела на основах этики и вносить свой вклад в экономическое развитие, в то же время улучшая качество жизни своих работников и их семей, как и общества в целом.

Концепция КСО в мировой и отечественной науке и практике прошла несколько этапов своего развития.

- 1 этап (конец IX–начало XX века). *Период зарождения КСО.* Некоторые исследователи зарождение концепции КСО бизнеса относят к концу XIX- началу XX в.
- 2 этап (конец 40-начало 50-х гг). *Этап добровольного использования КСО.* Характерной чертой многих исследований этого периода было то, что они рассматривали деятельность фирм и корпораций, нацеленную на оптимизацию их "внутренних" и "внешних" отношений как сугубо добровольную, т.е. исходящую из чисто внутренних, альтруистических побуждений [1].
- 3 этап (середина 50-х - середина 70-х гг). *Этап застоя в использовании концепции КСО.* Как отмечают специалисты, в этот период наблюдалась пауза как в самой социальной активности бизнеса, так и в разработке доктрины социальной ответственности.

- 4 этап (середина 70-х – конец 70-х гг). *Этап расцвета концепции КСО*. Развитие концепции КСО в это время характеризуется, с одной стороны, все более активным вторжением бизнеса (особенно крупного) в окружающую среду, возросшее его влияние на положение дел в местных сообществах, а также усиление лоббистских возможностей корпораций, а с другой - появление так называемых новых социальных (гражданских) движений – потребителей, правозащитников и др.
- 5 этап (конец 70-х - начало 80-х гг). *Идейно-политическая гегемония неолиберализма*. В это время сначала в Великобритании и США, а затем и в других странах Запада и Японии на смену социал-реформистским режимам к власти пришли неоконсерваторы, в основе экономической стратегии которых лежали принципы минимального государственного вмешательства в экономику и социальные отношения. Изменения эти не в последнюю очередь произошли под воздействием предпринимательского класса, пытающегося освободиться от "обременительных" социальных обязательств по отношению и к государству, и к обществу.
- 6 этап (начало 90-х - середина 90-х гг). *Социально-рыночный период развития КСО*. Этот период характеризуется тем, что новые социал-демократы, бывшие у власти, взяли на вооружение социально-рыночную ориентацию, сочетающую рынок и конкуренцию с социальной ответственностью и социальной справедливостью.
- 7 этап (середина 90-х - конец 90-х г.г.). *Этап развития концепций «компании акционеров», «массового акционера», «капитализма участия»*. В предельно упрощенном виде содержание концепции «компании участия» сводится к тому, что лица и организации, обеспечивающие нормальное функционирование корпорации (собственники-акционеры, инвесторы, менеджеры, наемные рабочие и служащие, местные власти и сообщества и др.), не просто поддерживают те или иные отношения и связи между собой, но и представляют объединенную общим интересом группу.
- Отличительной чертой следующей концепции «компания собственников» является практически абсолютный контроль акционеров и высших менеджеров над корпорацией и ее персоналом. Компания собственников отказывается от участия в любых социальных программах и исходит из того, что все свои социальные потребности работник должен удовлетворять за счет справедливой заработной платы.
- 8 этап (конец 90-х - начало 2000-х г.г.). *Современный этап развития КСО (этап становления КСО) - концепция «корпоративного гражданства»*. Эта концепция предполагает наличие в «списке» ее «stakeholders» государственных учреждений различного уровня и назначения, с которыми напрямую взаимодействует корпорация. К тому она включает в список своих «участников» такие международные организации, как ООН и ее специализированные агентства, Мировой банк и ряд других субъектов мировой экономики, а в качестве «ядра корпоративного гражданина» рассматривают ТНК.
- 9 этап (по настоящее время). *Этап практической реализации*. Этот этап предполагает увеличивающуюся активность правительственных кругов в отношении КСО, создание наряду с отделами общественных связей в корпорациях отделов управления связями с правительствами, разработку кодексов корпоративного поведения как самим сообществом бизнеса, так и правительствами и авторитетными международными организациями [2].

Литература

1. www.ntax.ru
2. www.pakk
3. Левин И. Глобализации и демократия /Полис. - 2003. - № 2.- С. 53-70.
4. Перегудов А. Корпорации, общество, государство: эволюция отношений. М., 2000.

Перспективы развития сетей организаций в России

Сафронов Иван Михайлович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: j29@nm.ru

В последние 20 лет сетевой принцип организации стал одним из символов общемировых революционных изменений в управлении конкурентоспособными компаниями. Его суть состоит в замене многоуровневых иерархий кластерами фирм или специализированных бизнес-единиц, координируемых рыночными механизмами вместо административных. При этом заказ видов деятельности на стороне зачастую понимается как более рациональный по сравнению с вертикальной интеграцией сценарий развития фирмы. Однако здесь пока, во многом, из-за неадекватности подходов и преобладания узкодисциплинарных трактовок, отсутствует не только полноценная, способная на прогностические выводы теория сетей организаций, но даже достаточно точное и концептуально последовательное ее определение.

В России также наблюдаются некоторые сдвиги в области взаимодействия с партнерами в рамках совместной деятельности. Промышленные предприятия, входящие в структуры, созданные банками, финансовыми и торговыми компаниями, подчас с успехом используют преимущества интеграции для получения от банка-партнера кредитов на пополнение оборотных средств, для обеспечения снабжения и сбыта своей продукции, создания специальных финансовых схем (через давальческие контракты, денежные суррогаты и др.), для оптимизации налогового планирования, и т. д. Впрочем, крупнейшие российские холдинги и сети демонстрируют примеры как успешного приспособления к новым экономическим условиям и экспансии на внешних рынках, так и усугубления кризисных ситуаций.

Однако в России гораздо большее распространение получили процессы вертикальной интеграции через контроль собственности, как путем юридических слияний и присоединений (в меньшей степени), так и через приобретение долей собственности (в гораздо большей степени). Вертикальная интеграция происходила в той или иной степени во всех отраслях промышленности, больше всего – в электронике, пищевой промышленности и машиностроении. В целом, для России характерна интеграция, ориентированная на получение монополистических выгод и разного рода льгот, а не на приращение эффективности производства.

Согласно теории транзакционных издержек, при наличии высоких транзакционных издержек объединение предприятий может быть более эффективно, чем их взаимодействие на основе рыночных контрактов. В РФ высокие транзакционные издержки обусловлены неполнотой контрактов, оппортунизмом партнеров и специфичностью активов.

Среди факторов торможения процессов становления и развития сетей следует прежде всего отметить недостаточную развитость институциональной среды, неотлаженность акционерных отношений в ее рамках, подчас низкий уровень консолидации собственности, неразвитость сетевых принципов организации совместной деятельности. Управляющие компании функционируют скорее как консультативные службы, нежели как штабы стратегического планирования или координаторы финансовых потоков. Нельзя, к сожалению, утверждать, что для многих сетей стала привычной функция сетевого стратегического контроллинга: выработку долгосрочных целей; учет стратегии конкуренции в рамках финансового планирования; систематический анализ на уровне корпорации в целом и входящих компаний таких аспектов, как структура баланса, рациональность финансовых потоков, реальная потребность в финансировании программ технического перевооружения, и т. д.

Вторая проблема – ограниченность инвестиционных возможностей. Недостаточность инвестиционного потенциала для реализации крупных проектов модернизации производства наблюдается даже в группах, сформулированных вокруг ведущих российских банков.

Долгосрочная контракция совместной деятельности пока не получила должного распространения.

На основании сказанного выше, можно говорить, что успех партнерских и сетевых принципов ведения бизнеса в России зависит от вектора развития экономической среды. Если Россия пойдет по пути экономического развития на основе синтеза европейского и азиатского опыта (что отвечает и историческому опыту и менталитету России), то сети, несомненно, станут популярным в отечественном организационном дизайне. В случае же ориентации на западную «неоклассическую» модель (от которой отказываются и многие западные страны) и развития «базарной» экономики, особых перспектив у сетевых отношений в России нет.

Литература

- Материалы конференции Международной академии корпоративного управления «Развитие корпоративных форм хозяйствования в России» – Российский экономический журнал – 1998 - №3.
- Biggart, N.W. and Hamilton, G.G.(2001) “On the Limits of a Firm-Based Theory to Explain Business Networks: the Western Bias of Neo-Classical Economics”, in *The Strategy Reader*, ed. S. Segal-Horn, The Open University/Blackwell Business.
- Clark, R. (1979) *The Japanese company*, Yale University Press, New Haven, CT.
- Easton, G. and Araujo, L. (1986) ‘Networks, bonding and relationships in industrial markets’ *International Marketing and Purchasing*, 1(1), pp. 8-25.
- Gerlach, M. *Alliance capitalism: the social organization of Japanese business*. University of California Press, Berkeley, 1992.
- Kotler, P. , Fahey, L. and Jatusripitak, S. (1985) *The New Competition*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Nishiguchi, Toshihiro and Anderson, Erin (1995) *Supplier and Buyer Networks* in Bowman, Edward H. and Kogut, Bruce N. (1995) (Eds.) *Redesigning the Firm*, New York: Oxford University Press.
- Porter, M. (1985) *Competitive advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Rockart, John F. and Short, James E. (1996) ‘The networked organization and the management of interdependence’ In Paton, R., and Clark G. (eds.) *The New Management Reader*, International Thomson Business Press, London, pp.255-276.

Конкурентоспособность фирмы в современной экономике

Севостьянова Елена Владимировна

сотрудник

Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия, Россия

E-mail: ol_ko2004@mail.ru

В современных условиях наличие в экономике России многочисленных дефектов институциональной и организационной структур, дефицит крупных эффективных экономических образований благоприятствуют развитию сырьевых и технологических конкурентных преимуществ, препятствуют распространению здоровой конкуренции и переориентации фирм на инновационное развитие. Инновационная активность российских предприятий пока находится на весьма низком уровне. Доля инновационной продукции в общем объеме промышленного производства в России в 2001 г. составила всего лишь 3,5%. Инновационно-активных предприятий насчитывалось – 6%, тогда как

в США– 33% [1]. В России в период с 1997 по 2002 гг. расходы на НИОКР заметно снизились и составили в 1997г. – 0,25%, ВВП страны, в 2000 г. – 0,31%. Страны с рыночной экономикой расходуют в настоящее время на НИОКР в среднем от 1,5% до 3,3% своего ВВП. Большую часть этих расходов (в среднем около 58%) берут на себя частные компании. Остальные расходы покрываются из государственных бюджетов [2].

Современная экономика развитых стран характеризуется высококонкурентной средой с господством агрессивных инновационных, высокотехнологичных и наукоемких фирм, пробивающихся к лидерству с помощью новых знаний и ускоренного научно-технического прогресса. Специфика постиндустриальной экономики предполагает внедрение эффективной конкуренции в качестве питательной среды, направленной на развитие инновационных технологий как особого конкурентного преимущества высшего порядка с учетом логистического подхода и синергического эффекта.

Формирование образа «новой фирмы», отвечающей потребностям повышения конкурентоспособности российской экономики связано: с выявлением ниш, позволяющих использовать временной лаг от внедрения инновационных конкурентных преимуществ; с инвестициями в человеческий капитал; преобладанием активов брэндов, патентов, стратегических соглашений, ноу–хау по организации производства; с использованием опережающей и непредсказуемой стратегии по отношению к конкурентам. Однако только треть российских предприятий считает инновации необходимым условием повышения своей конкурентоспособности, улучшения качества или снижения себестоимости продукции. Доля предпринимательского сектора во всех расходах России на НИОКР составляет всего около 16%, хотя частный сектор развитых стран использует 60-70% общенациональных затрат на научные разработки [3, с.125]. Затраты на фундаментальные исследования к общим затратам на НИОКР в 2000г. составили 13,4%. В отсутствие равномерного финансирования фундаментальной науки в 2000 г. – 1,85% ВВП, в 2001 – 1,72%; в 2002 – 1,56% у российских фирм обостряются проблемы с идеями и квалифицированными менеджерами инновационных проектов.

Основная часть инновационно-активных предприятий сосредоточена в трех отраслях промышленности: машиностроение (41,3%), пищевой (20%) и химической промышленности (11%). По содержанию НИОКР сложилась специализация между крупными компаниями, малыми и средними предприятиями (МСП). Среди крупных компаний фундаментальными исследованиями занимаются почти 3/4, среди МСП — лишь 1/5 [4]. Они ориентированы на улучшение потребительских свойств, повышение качества существующих продуктов и совершенствование оборудования и технологий.

Для выявления и создания своей ниши (ниш) в современной high-tech экономике крайне необходима разработка системы мер и условий их реализации, направленных на максимизацию в долгосрочной перспективе социально-экономического эффекта за счет всеохватывающего использования технологического и интеллектуального потенциалов. Своевременное выявление инновационных идей и создание для них наиболее благоприятных условий реализации, стимулирование венчурных инвестиций и формирование инфраструктуры, создание благоприятной экономической среды для привлечения инвестиций в инновационный сектор экономики позволит повысить престиж предпринимательской деятельности в области малого и среднего бизнеса.

Список литературы:

1. Кудров В. Инновационная глобализация, конкурентоспособность и российская экономика // *Бизнес академия*, 2003, № 1, с.49-63
2. Макаров В.Л. Экономика знаний: уроки для России // *Экономическая наука Современной России*. 2003. №1 (11). С.5-29.
3. Оболенский В.П. Перспективы расширения конкурентных преимуществ и изменения структуры внешней торговли России // *Проблемы прогнозирования*. 2002. №6..
4. Рей А. Будущее России в международной конкурентной борьбе // *Бизнес академия*. 2003. № 4. С.24-35.

Методы реструктуризации как средство повышения эффективности управления проектами предприятия

Сергунин Владимир Александрович

студент

Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет, Россия

E-mail: vas@engec.ru

Объектом моего исследования являются российские компании и их система управления проектами, предметом – управленческо-проектная деятельность на предприятии, реструктуризация в матричную структуру управления организацией с точки зрения ее влияния на эффективность и качество управления проектами и организацией в целом. Управленческо-проектная деятельность компании так же является средством для исследования. Ведь сегодня множество компаний, которые работают в условиях чрезвычайно динамичного, трудно предсказуемого рынка с быстрой сменой товарной номенклатуры или где каждый выпускаемый продукт является уникальным и может рассматриваться как отдельный проект, сталкиваются с проблемами бессистемного и неэффективного управления проектами. В большинстве случаев причина кроется в проблеме в неадекватной организационной структуре предприятия, которая не позволяет развиваться проектной системе и реагировать на условия, диктуемые внешней средой. Примерами таких компаний могут служить фирмы, производящие сложное оборудование по единичным заказам, редакции газет и журналов, компании звукозаписи, косметические, фармацевтические и рекламные фирмы. Высокоэффективные проекты во многом являются мерой успеха компании и основой, на которой она строит свое будущее.

Жесткая матричная организационная структура управления компанией позволяет совместить эффективное управление основными направлениями деятельности и проектами компании. По сути, это совмещение функциональной и проектной организационных структур. Первоначально она была разработана в космической отрасли, применялась в электронной промышленности и в областях высоких технологий. Классическая матричная структура возникла как реакция на необходимость проведения быстрых технологических изменений при максимально эффективном использовании высококвалифицированной рабочей силы.

Сегодня в динамичной компании с организационной структурой матричного типа, производящей широкий набор товаров или предоставляющей ряд услуг, каждое бизнес-подразделение ведет свое направление бизнеса по товару или услуге. Однако комплексные проекты либо проекты разработки новой продукции привлекают практически все ресурсы организации.

В область моих научных интересов входит исследование достаточных и необходимых условий функционирования и состояния предприятия, при которых имеет смысл реструктуризация в структуру матричного типа для эффективного управления проектами организации. Тема является достаточно новой, ведь российские предприятия только сейчас столкнулись с управлением проектами в виде серьезной проблемы на пути его развития. Интересен так же практический аспект данной проблемы, ведь множество компаний продолжают работать по старым правилам, не учитывая влияния современных условий функционирования рынка, что приводит к низкоэффективной деятельности компаний, к потере огромных сумм потенциальной прибыли. Поэтому вопрос реструктуризации предприятий, эффективного управления проектами в качестве развития направлений деятельности компании с каждым годом будет становиться все актуальней. Внедрение матричной организационной структуры управления позволяет компаниям, работающим в вышеуказанных областях, совмещать эффективное управление компанией в основных направлениях деятельности, а так же в области

управления проектами. Такая система управления проектами делает возможным устойчивое развитие фирмы, внедрение новых продуктов или новых направлений деятельности без ущерба основным направлениям, а так же оперативного и эффективного реагирования на постоянно изменяющиеся условия внешней среды.

Управление маркетингом. Исследование рынка потребительского поведения

Сибилева Татьяна Александровна

студентка

Ростовский Государственный университет, Россия

E-mail: santa-Keyns@inbox.ru

Необходимость исследования потребительского рынка в условиях конкурентной борьбы на рынке не вызывает сомнения. Кроме того, исследование рынка потребительского поведения позволяет для некоторых компаний оптимизировать складской учет и ведет к усовершенствованию логистической цепи предприятия.

С этой целью было проведено исследование потребительского рынка для ООО «Бризань». Сразу оговоримся, что клиентская база ООО «Бризань» - это потребители с автозаправок «Мегаполис-ТНК». В ходе исследования были применены следующие методы:

1. Кабинетных исследований.
2. Метод фокус-группы.
3. Метод опроса.

На первом этапе, исходя из целей исследования был проведен анализ источников вторичной информации для сбора информации о количестве потенциальных потребителей услуг АЗС. В ходе сбора вторичной информации были определены следующие показатели:

- доля покупателей продуктов на АЗС;
- демографические параметры потребителей (пол, возраст, род занятий).

На втором этапе был проведен метод фокус-групп. Членами групп были выбраны 10 человек: 6 покупателей продуктов на АЗС, 3 потенциальных покупателя (клиенты АЗС), 1 оператор торговой точки №27. В итоге был определен следующий круг вопросов:

1. Цель покупки продуктов (отказа от покупки).
2. Причины покупки.
3. Мнение о «Мегаполис-ТНК».

Таким образом был получен спектр вопросов, необходимых для изучения и возможные (наиболее распространенные) варианты ответов респондентов. Это позволило использовать закрытые типы вопросов в анкете для респондентов.

На третьем этапе был применен метод опроса с методом коммуникации – личным интервьюированием. В процессе подготовки инструментария были разработаны анкеты с закрытым типом вопросов (благодаря фокус-группе), что позволило повысить эффективность исследования, так как респондентам были предложены уже конкретные варианты ответов, что позволило упростить процесс опроса (это позитивно повлияло на его эффективность) и ускорить время анкетирования. Использовалась случайная бесповторная выборка объемом 100 человек. Территория – Ростов-на-Дону.

Для исследования факторов потребительских предпочтений респондентов был выбран метод опроса. Опрос - наиболее оптимальный по затратам и эффективности способ сбора информации, предоставляет возможность непосредственного обращения к целевой группе с вопросами, систематизации результатов, к которым возможно применить статистические оценки надежности и достоверности. Способом коммуникации было выбрано личное интервью, поскольку это оптимальный способ выяснения реакции респондентов, уточнения

высказываний. Был проведен опрос 100 потребителей, который позволил сделать выводы о качественных и количественных параметрах спроса на продукцию (мотивациях целевой группы и объеме спроса соответственно).

При исследовании конечных потребителей с целью минимизировать погрешность выборочного наблюдения было решено использовать случайную бесповторную выборку. При этом учитывались особенности генеральной совокупности – в выборку включаются только пользователи услуг «Мегаполис-ТНК». Для обеспечения репрезентативности структура выборки по возрасту и роду занятий максимально приближена к структуре пользователей АЗС.

Целевой группой (требуемой выборкой) являются лица, появляющиеся на АЗС.

Ограничения по респондентам. Опрос проводится среди посетителей АЗС (лица в возрасте от 14 до 55 лет) – реальных и потенциальных покупателей продуктов на АЗС.

- 1) Количество потенциальных потребителей товаров АЗС – около 450 тыс. чел., количество текущих потребителей – около 150 тыс. чел.
- 2) Портрет потребителя: 70% - мужчины, 30% - женщины. Остальные демографические параметры схожи с общими для населения Ростовской области, с отклонением в сторону более молодых покупателей. Основной целевой группой по возрасту являются люди в возрасте 20-35 лет. При этом около 1/3 всех потребителей (около 180 тыс. чел.) приходится в диапазон 20-25 лет). Различий в мотивациях по возрасту нет. Основным мотивом покупки является необходимость в товаре, возникшая в дороге (таких около 60%), на втором месте (не менее 30%) было названо удобство приобретения товара именно на АЗС, остальные мотивы незначительны.
- 3) Подавляющее большинство потребителей (не менее 57%) отождествляет услуги на автозаправках именно с «Мегаполисом-ТНК».

В настоящий момент результаты исследования применяются при разработке маркетинговой стратегии ООО «Бризань».

Учет налогового бремени в планировании импортных операций предприятия

Синельников Иван Васильевич

студент

Российская таможенная академия Ростовский филиал, Россия

E-mail: netslayer@mail.ru

Большинство отечественных экономистов предлагают начинать планирование таможенных платежей с расчёта налогового бремени предприятия. На наш взгляд, в сфере ВЭД данный вопрос требует более детального анализа и конкретно может реализоваться в налоговом позиционировании предприятия-участника ВЭД с учётом многообразия ставок таможенных пошлин. В качестве примера рассмотрим предприятие, которое импортирует товары народного потребления (неподакцизные) и уплачивает два вида таможенных платежей: таможенная пошлина и НДС (не будем учитывать сборы за таможенное оформление, поскольку они занимают незначительное место в совокупном налогообложении). Основная задача – рассчитать налоговое бремя ВЭД в зависимости от разной доли таможенной стоимости в выручке от реализации импортных товаров при разных ставках таможенной пошлины. Анализ структуры отечественного таможенного тарифа позволяет выделить следующие группы ставок таможенных пошлин.

Величина ставки ТП	0 – 5	6 – 10	11 – 15	16 – 20	более 20
Процент товарных позиций, облагаемой по этой ставке	41,3%	19,5%	23,4%	13,9%	1,9%

Для наших расчетов возьмем средние величины таможенных пошлин на приведенных интервалах (2,5;8;13;18;30%). Под показателем налогового бремени будем понимать отношение суммы всех уплаченных таможенных платежей с данной товарной партии к налогооблагаемой базе – таможенной стоимости. При этом таможенную стоимость будем исчислять в процентах к выручке от реализации. Ставка НДС – 18%. Результаты расчетов приведены в таблице.

Налоговое бремя ВЭД				
Доля ТС в выручке	Доля пошлины в выручке			
для ставки 13%				
	1,3%	2,6%	3,9%	5,2%
10%	3,3%	4,9%	6,4%	7,9%
20%	5,1%	6,7%	8,2%	9,7%
30%	6,9%	8,5%	10,0%	11,5%
40%	8,7%	10,3%	11,8%	13,3%
для ставки 18%				
	1,8%	3,6%	5,4%	7,2%
10%	3,9%	6,0%	8,2%	10,3%
20%	5,7%	7,8%	10,0%	12,1%
30%	7,5%	9,6%	11,8%	13,9%
40%	9,3%	11,4%	13,6%	15,7%
для ставки 30%				
	3,0%	6,0%	9,0%	12,0%
10%	5,3%	8,9%	12,4%	16,0%
20%	7,1%	10,7%	14,2%	17,8%
30%	8,9%	12,5%	16,0%	19,6%
40%	10,7%	14,3%	17,8%	21,4%

Из данных расчетов следует, что на основе сопоставления различных показателей налогового бремени возможен достаточно простой способ позиционирования предприятия в сфере ВЭД в зависимости от критерия таможенного налогообложения. В связи с этим предприятие способно самостоятельно определить те налоговые коридоры, в которых оформляются ввозимые товары. Однако следует учитывать, что величина причитающихся к уплате таможенных платежей зависит от курса валюты контракта, установленного на дату подачи ГТД. Поэтому при планировании таможенных платежей необходимо задавать релевантные диапазоны колебания курса национальной валюты по отношению к валюте контракта для того, чтобы рассчитывать необходимые суммы денежных средств. Предположим, что организация по договору купли-продажи покупает у иностранного контрагента товар и собирается перепродать его на внутреннем рынке России. При этом планируется выручка от реализации, в которой доля таможенной стоимости будет составлять 30%. Ставка таможенной пошлины равна 30%, НДС – 18%. В соответствии с нашими расчетами уровень налогового бремени ВЭД равен 8,9% (см. таблицу). Если отклонения валютного курса на дату подачи ГТД от планового составит 10%, то произойдет увеличение налогового бремени ВЭД на 2,5%. Приведем расчеты. Плановый уровень налогового бремени = 8,9% ВР. Увеличение величины таможенной стоимости, пересчитанной в национальную валюту = 10%.

$$\text{Увеличение доли таможенной пошлины} = 0,09 \cdot 0,1 = 0,009$$

$$\text{Увеличение доли НДС} = 0,16 \cdot 0,1 = 0,016$$

$$\text{Увеличение налогового бремени} = 0,009 + 0,016 = 0,025 (2,5\%)$$

Новый уровень налогового бремени с учётом снижения курса национальной валюты на 10% = 8,9% + 2,5% = 11,4%

Хотя приведенные цифры явно оценочные, но, тем не менее, они показывают значимость проблемы учета фактора валютного риска в расчёте налогового бремени предприятия, занимающегося ВЭД.

Актуальные проблемы стратегической уязвимости и гибкости фирмы

Ситницкий Максим Васильевич

студент

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

E-mail: maks_mc@ua.fm

Проблемы стратегической уязвимости и гибкости фирмы являются актуальным вопросом настоящего. Эту проблематику тщательно изучают учёные всего мира. Лидерами в исследованиях остаются иностранные специалисты, в основном, американские, что связано с возникновением стратегического управления в Соединенных Штатах Америки. Исследователями в данной области знаний выступают И.Ансофф, Эндрю Кембелл, Кетлин Саммерс Лачс., Г.Саймон, Г.Гемел, К.Прахалад, А.А.Томпсон, А.Дж.Стрикленд, А.Макмиллан, К.Эндрюс, М.Портер, Г.Минцберг и прочие. Среди украинских и русских исследователей выделяют работы Шершневой З.Е., Оборської С.В., Германчука А.Н., Уткина Э.А., Марковой В.Д., Кузнецовой С.А., Круглова М.И., Жигуна Л.А., Виханского О.С. и других.

Учитывая то, что анализ жизненных циклов базируется на оценках возможных для фирмы тенденций и неожиданностей, мы видим, что высшее руководство компании всегда должно следить за изменениями во внутренней и внешней среде фирмы. Неожиданности позитивного и негативного характера нужно ждать постоянно, быть внимательным и готовым к изменениям. Поэтому, если фирма хочет быть готовой к неожиданностям или снизить свою стратегическую уязвимость, в ближней и далекой перспективах, она должна использовать принцип стратегической гибкости. Этот принцип дает возможность фирме готовиться на двух фронтах: внутреннем и внешнем.

По моему мнению, главной проблемой стратегической гибкости предприятия является объективность анализа неожиданных изменений, а именно их характера, объема, сложности и следствий; поиск и применение оперативных и эффективных методов преобразования отрицательных неожиданных изменений в преимущества и использование положительных изменений для укрепления фирмы. При этом:

1. Если руководство склонно к *консервативному* образу действий, оно будет стараться распределить риск на внешнем фронте;
2. Если руководство склонно к *наступательным* действиям, то оно постарается распределить риск, но в тот же время будет сознательно стремиться к тому, чтобы закрепиться на определенных позициях в тех или других СЗГ и зонах стратегических ресурсов. Даже в группах внешнего влияния, если ситуация в них неустойчивая и возможные: такие изменения, которые фирма сможет использовать с выгодой для себя.
3. Фирма, *склонна к предпринимательскому риску*, постарается закрепиться в разных СЗГ, там, где можно рассчитывать на благоприятные неожиданности. Но закрепление фирмы на таких позициях усиливает стратегический риск. Хорошо известно всем, что риск идет рука об руку с прибылью. СЗГ, в которых не бывает неожиданностей, это обычно зоны зрелости и низких темпов роста. Но их преимущество - в низком уровне риска.

Проанализировав стратегическую уязвимость и гибкость фирмы следует сделать вывод, что проблемы стратегической эти проблемы можно решить, выбирая такие СЗГ, зоны стратегических ресурсов и группы внешнего влияния, которые зависят от разных технологий и требуют разнородных экономических, культурных и политических условий, так что неожиданные события в одной области не смогут тяжело сказаться на другой. Что касается внутренней гибкости предприятия, то она должна достигаться

путем такой внутренне фирменной координации, при которой мощности, материальные, профессиональные и управленческие ресурсы фирмы могут быть быстро и легко переведенные с одной СЗХ в другую. *Высшая степень гибкости* - это, разумеется, полная финансовая ликвидность: быстрый перевод всех ресурсов фирмы в деньги.

Лояльность клиентов как элемент концепции маркетинга взаимоотношений

Соленова Наталья Александровна

студентка

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, Россия

E-mail: sonata84@mail.ru

Усиление конкуренции в условиях рыночной экономики стимулирует предприятия применять все более совершенные подходы к ведению конкурентной борьбы. Результатом этого становится изменение концептуальных подходов маркетинга и распространение в настоящее время принципов маркетинга взаимоотношений. В рамках данной концепции особое значение придается такому понятию как лояльность потребителей (или клиентов).

Согласно Hofmeur и Rice лояльность – это устойчивая поведенческая реакция в отношении определенного бренда (или фирмы), возникающая в результате психологической оценки процесса приобретения товара или услуги[5].

Анализ литературы позволил выделить несколько подходов к определению лояльности, часть из них рассматривает лояльность как определенный тип поведения потребителя, выражающийся в длительном взаимодействии с компанией и совершении повторных покупок[1,2, 3]. Согласно второму подходу лояльность - предпочтение потребителей, формирующееся в результате обобщения чувств, эмоций, мнений относительно услуги (или её поставщика) [3, 4].

Мы же согласны с мнением Дика и Бэзу (Dick, Basu), которые предположили, что лояльность определяется сочетанием “поведенческих” и “воспринимаемых” характеристик. “Поведенческая” лояльность, как было отмечено выше, определяется поведением потребителя при покупке. Основными компонентами “воспринимаемой” лояльности являются: удовлетворенность – ощущение довольства, возникающее у потребителя, который сопоставляет предварительные ожидания и реальные качества приобретенного продукта; осведомленность – степень известности деятельности компании на целевом рынке[3].

В зависимости от уровня поведенческой и воспринимаемой лояльности можно выделить различные типы лояльности. Абсолютная (истинная) лояльность – ситуация, при которой высокому уровню поведенческой лояльности потребителей соответствует высокий уровень воспринимаемой лояльности. Скрытая (латентная) лояльность означает, что высокий уровень воспринимаемой лояльности не подкрепляется поведением потребителя. Ложная лояльность имеет место в том случае, когда поведенческой лояльности соответствует низкий уровень воспринимаемой лояльности. Эта ситуация является угрожающей, поскольку потребитель не привязан к организации [3].

В условиях конкурентной борьбы предприятия должны систематически проводить мониторинг лояльности, уделяя должное внимание ее уровню. С этой целью используют следующие методы[5]:

- метод «разделения потребностей» показывает, как часто и в каком соотношении происходит покупка данной продукции по отношению к продукции конкурента; степень лояльность определяется в численном выражении.
- «традиционный подход» - базируется на основе намерения о покупке.
- «конверсионная модель» - основывается на использование 4 показателей: удовлетворенности, наличии альтернативы, важности выбора, степени неуверенности в выборе.

- «Метод Д.Аакера» включает следующие показатели: наблюдение за покупательским поведением, учет затрат на переключение, удовлетворение, приверженность, отношение к бренду.

Изучение и формирование лояльности является актуальной и перспективной темой для оптовых предприятий, которые работают с ограниченной группой клиентов на долгосрочной основе. Так исследование, проведенное нами на предприятии ООО «Тройка-Интер» с использованием сформулированных выше методик, позволило выявить степень лояльности клиентов. Данная организация занимается оптовой реализацией косметики и бытовой химией на рынке города Пенза, на котором кроме нее действует около 20 организаций..

Первоначальной задачей в процессе формирования лояльности клиентов на предприятии «Тройка-Интер» стало изучение ее уровня в период, предшествующий исследованию. Для этих целей была выбрана комплексная методика на базе метода «разделения потребностей» и «Метод Д.Аакера». Суть методики состоит в том, что на основе базы данных клиентов, была проанализирована частота закупок, изменение объема закупок, изменения в ассортименте, закупаемой продукции. На основе чего сделан вывод об изменении отношения клиента к компании с течением времени и об уровне поведенческой лояльности. Следующим этапом исследования стало выявление уровня воспринимаемой лояльности, для этого был проведен анкетный опрос, целью которого стало определение удовлетворенности клиентов компании и степень их удовлетворенности по отношению к основным конкурентам.

Определение уровня поведенческой лояльности и лояльности воспринимаемой явилось основой для разделения всех клиентов на группы по типу лояльности: латентная, истинная, ложная или ее отсутствие.

Для каждой из групп клиентов была разработана программа мероприятий, способствующих развитию у клиентов истинной лояльности. В числе внедренных мероприятий в ООО «Тройка-Интер» такие, как организация поздравительных мероприятий для клиентов, создание еженедельного информационного бюллетеня, повышение лояльности персонала компании, разработку программ поощрения клиентов.

Итогом внедрения их стало повышение уровня лояльности клиентов к компании, о чем свидетельствуют результаты исследований и данные об увеличении прибыли.

Литература

1. Ветроградов В. Почему никому не нужны постоянные клиенты// Sales. – 2004. - №2
2. Гарвард Б. Когда лояльность покупателей ведет к убыткам// Рекламодатель: теория и практика. – 2004. - №
3. Лопатинская И.В Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг// Маркетинг в России и за рубежом. – 2002.- №3.
4. Первухин Н. Лояльность клиентов определяет качество// Эксперт. – 2004. - №16
5. Широценская И.П. Основные понятия и методы измерения лояльности// Маркетинг в России и за рубежом. - № 2(40). - 2004. – с. 36

Принципы построения архитектуры бренда

Сологубов Станислав Николаевич

аспирант

Волгоградский государственный технический университет, (пусто), (пусто)

E-mail: solfamily@mtu-net.ru

В связи с обостряющейся конкуренцией компании начинают искать более эффективные способы продвижения своей продукции при выходе на новые рынки и для удержания позиций.

Бренды сегодня важны как никогда, правда, от них теперь требуют большего. Повсюду – от залов заседаний советов директоров и универсамов до Интернета и городских улиц – к брендам предъявляют все новые и новые требования, подталкивая спрос на бренд-менеджмент к критической точке[1].

Появляются новые идеи, которые находят свое отражение в организации архитектуры брендов компании.

Что же такое архитектура брендов, и чем она отличается от таких общепринятых понятий как «портфельная стратегия» и «марочная стратегия»? Дэвид Аакер в одной из своих последних работ говорит, что архитектура брендов организует и структурирует портфель компании путем определения роли каждого бренда, системы отношений между брендами в рамках портфеля одной компании и между различными моделями «продукт-рынок»[2]. Архитектура бренда фактически является портфельной стратегией, организованной и структурированной с точки зрения потребительского рынка и комплексного текущего и прогнозируемого восприятия потребителем портфеля компании в целом и каждого бренда в отдельности.

Существуют два основных варианта архитектуры бренда: House of Brands (компания брендов) и Branded House (компания-бренд). В целом можно утверждать, что первый подход является основой англо-американской модели брендинга: один бренд может существовать только в одной товарной категории и только для одной группы потребителей. На практике это означает, что если компания выпускает несколько товаров или товарных линий, то они позиционируются абсолютно независимо друг от друга, и от компании-производителя (название которой зачастую было незнакомо покупателю). Этот способ создания и продвижения индивидуального бренда (компании брендов) был впервые применен в компании Procter&Gamble. Товарный Бренддинг подразумевает продвижение определенной марки в конкретных рыночных условиях, и многие потребители не знают, что такое количество разнообразных марок выпускается одной компанией. Классический пример такого подхода к построению архитектуры бренда – компания British American Tobacco. Все виды ее продукции имеют собственные наименования – Kent, Pall Mall, Vogue, Ява и т.д. Надо признать, что компаниям, применившим на практике архитектуру House of Brands, принадлежат наиболее успешные российские бренды (WimmBillDann с портфелем молочных продуктов и соков, Nestle с ассортиментом российских продуктов питания и т.д.).

Второй подход принципиально отличается от описанного выше и является основой японской модели построения архитектуры брендов. Японские компании и рекламные агентства отказались от создания отдельных товарных брендов и ввели систему суббрендов. Название компании (Mercedes, BMW, Sony), уже хорошо известное покупателю и гарантирующее качество товара, стало основой для подбрендов, которые разделяют товарные линии либо конкретные модели (Sony Walkman – плееры, Sony Trinitron – телевизоры). Таким образом, исторически в Японии бренды несут для потребителей меньшую смысловую нагрузку, чем название компании.

В России существует множество различных брендов, владельцы которых пытаются реализовать в своей деятельности идею Branded House (Балтика, Дарья, АвтоВАЗ, Перекресток и т.д.). Создание брендов, которое стало одним из важнейших направлений деятельности многих крупных российских компаний, предъявляет новые, повышенные требования к стратегии брендинга. Разработка архитектуры является одним из важнейших компонентов такой стратегии.

Литература:

1. Дробо К. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности. М., 2005, с. 276.
2. Аакер Д. Создание сильных брендов. М., 2003, с.380.

**Программа развития молодых специалистов
как один из инструментов микромаркетинга**
Сологубова Марина Викторовна

аспирантка

Волгоградский государственный технический университет, Россия

E-mail: solfamily@mtu-net.ru

Главной особенностью рыночной экономики является наличие рынка труда, благодаря которому каждый человек имеет возможность распоряжаться рабочей силой и продавать ее по своему усмотрению.

Переход к рыночным отношениям в сфере труда фактически не изменил способы и методы регулирования сбалансированности спроса и предложения рабочей силы.

Главным шагом в поиске эффективных методов регулирования занятости и процессов на рынке труда может стать пересмотр субъектами рынка своих парадигм: окончательное признание товарной формы рабочей силы и переориентация на потребности покупателя. Поэтому, на мой взгляд, перспективы развития отечественного рынка труда связаны исключительно с реализацией концепции маркетинга.

Маркетинг трудовых ресурсов как концепция управления производственно-сбытовой деятельностью имеет ряд общих функций, присущих любому типу управления, а именно: планирование, организацию, координирование, учет и контроль, т.е. предполагает разработку маркетинговых стратегий и программ, формирование структур маркетинговых служб, координацию их деятельности с остальными подразделениями фирмы, контроль маркетинговой деятельности и оценку ее деятельности.

Микромаркетинг – это форма целевого маркетинга, при котором предприятия «подгоняют свои планы под потребности узкоочерченных сегментов рынка [1]. Микромаркетинг рабочей силы теснейшим образом связан с планированием и обеспечением производства рабочей силой.

Крупные мультинациональные компании занимают особое место на рынке труда молодых специалистов. Каждый из этих тяжеловесов бизнеса имеет богатый арсенал передовых методов взращивания молодых кадров: система корпоративных тренингов, хорошая зарплата, социальные гарантии и т. п. [2].

Программа развития молодых специалистов - передовой метод привлечения молодых специалистов, который нацелен на отбор лучших из лучших. Коэффициент отбора может достигать нескольких сотен человек на одно место. Выпускнику будет предложен индивидуальный план развития с перспективой занять позицию менеджера высшего звена управления компанией.

У каждой компании своя программа, но можно выделить основные этапы:

1. Конкурс анкет, что является не простой формальностью, повторяющей разделы резюме. Вопросы анкеты построены на выявление компетенций молодого специалиста: мотивации и инициативы, энтузиазма, навыков коммуникации, умения преодолевать трудности, работать в команде, лидировать, желания развиваться в профессиональном, личностном плане и т.д.
2. Прохождение интервью. Отобранных на основании анализа анкет молодых специалистов интервьюируют менеджеры по персоналу и менеджеры других отделов компании с целью проверить соответствие формальным требованиям и квалификацию.
3. Ассесмент-центр. Содержание этого этапа различается в зависимости от проводящей его компании, но суть одна: используются тесты, деловые игры. На этом этапе также выявляются и подтверждаются многие личные качества соискателя.
4. Финальный этап. Собеседование с представителем топ-менеджмента компании. От результатов этого собеседования в конечном итоге зависят решение о приёме на работу и условиях контракта.

Таким образом, «Программа развития молодых специалистов» является эффективным инструментом микромаркетинга трудовых ресурсов, которых позволяет компании привлечь молодых специалистов и выбрать «лучших из лучших».

Литература:

1. Семеркова Л.Н. «Маркетинг рабочей силы в системе российского предпринимательства»// Автореф. на соиск.уч.ст.д.эк.н. – СПб, 1998.
2. Емеленко Е. «Graduate Recruitment Program: взгляд из будущего», М., 2004.

Основные подходы к управлению запасами на предприятии

Старикова Любовь Ивановна

аспирантка

Орловский государственный технический университет, Россия

E-mail: guif@ostu.ru

Переход к рыночной экономике потребовал новых подходов к управлению финансами. Особое значение придается рациональному использованию производственных и финансовых ресурсов. Собственные источники оборотного капитала всё в большей степени замещаются заёмными, постоянно увеличивается использование денежных средств других организаций (кредиторская задолженность).

В сложившейся ситуации необходим поиск новых подходов к управлению оборотным капиталом организации. Известно, что большинство предприятий разрабатывает самостоятельную политику управления отдельными элементами оборотного капитала. Запасы являются одной из наиболее весомых составляющих оборотного капитала. Одной из основных проблем управления запасами является согласование (координация) зачастую противоположных целей различных сфер деятельности фирмы (маркетинга, производства и финансов) по отношению к запасам.

Маркетинг заинтересован в как можно более высоком уровне удовлетворения потребителя за счёт эффективно пополняемых запасов, способных быстро реагировать на изменение спроса.

С позиции производственного менеджмента запасы должны прежде всего обеспечивать непрерывность производственно-технологического цикла и в то же время минимизировать затраты, связанные со снабжением.

Финансовый менеджмент заинтересован в как можно меньшем уровне запасов, ускорении оборачиваемости запасов, уменьшении общих издержек, связанных с управлением запасами и повышении отдачи на вложенные в запасы инвестиции.

Для оптимизации размера текущих запасов товарно-материальных ценностей используется ряд моделей, среди которых наиболее распространение получила «Модель экономически обоснованного размера заказа» (EOQ). В странах с развитой экономикой широкое применение получила «Система ABC». Концепция Manufacturing Resource Planning (MRP II, планирование производственных потребностей) была разработана для управления производственными и материальными ресурсами предприятия. В настоящее время на многих предприятиях мира используется система управления JIT (Just-In-Time — точно вовремя).

Эффективная система управления запасами сегодня является одним из основных факторов повышения конкурентоспособности промышленных предприятий. С учетом возрастающих требований рыночной среды к рациональному использованию ресурсов и внедрению на предприятиях современных методов финансового менеджмента считаем уместным, предложить разделение управления запасами на три особо актуальных направления:

1. Комплекс целевых программ по оптимизации издержек, разрабатываемых по результатам диагностического исследования структуры и динамики изменения

запасов, а также системы формирования себестоимости на предприятии. Целью этого направления является разработка перспективных мер по снижению затрат, оценка уже предпринимаемых специалистами предприятия усилий в этом направлении, а также подготовка методической и организационной основы для разработки и внедрения средств автоматизации и информатизации.

2. Разработка системы мониторинга запасов, обеспечивающей менеджеров оперативной информацией об образовании запасов по местам их возникновения в процессе производства и реализации продукции, услуг.
3. Автоматизация системы управления издержками, включающая в себя три основных этапа работ: разработка и внедрение системы включающей в качестве основной части модуль планирования запасов; разработка и внедрение системы оперативного управления запасами; разработка и внедрение автоматизированной системы подготовки управленческой отчетности. Реализация этих этапов может осуществляться как в рамках проекта по внедрению интегрированной корпоративной информационной системы, так и в виде отдельных проектов. Практика показывает, что полномасштабное внедрение КИС, как правило, занимает достаточно длительный срок (1-3 года). В то же время автоматизация процессов планирования и учета запасов является главным инструментом снижения управленческих рисков и требует более оперативного решения, чем при комплексном внедрении корпоративной системы.

Создание систем управления запасами на предприятиях – это очень долгий, трудоемкий и кропотливый процесс, поскольку у каждого предприятия есть своя специфика, которую нужно учитывать при создании таких систем. Однако, какой бы метод управления запасами не выбрала компания, существует минимальное число функций, при которых система становится управляемой и обеспечивается возможность реализации этих методов.

Литература:

- Бланк И.А. Управление активами. – К.: Ника – Центр, Эльга, 2002. – 720с.
Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2001. – 608с.
Снитко Л.Т., Красная Е.Н. Управление оборотным капиталом организации. – М.: Издательство РДЛ, 2002. – 216с.

Методические основы оценки морального ущерба работнику от производственного травматизма Стрижкова Наталья Владимировна

соискатель

Уфимский государственный нефтяной технический университет, Россия

E-mail: Strizh@newmail.ru

В конкурентных рыночных условиях хозяйствования при многообразных формах собственности не приемлема существующая система возмещения затрат на восстановление здоровья, трудоспособности и потерь заработка. Для создания экономического регулятора, адекватного рыночным отношениям, возникла потребность в увеличении числа экономических показателей, характеризующих затраты на возмещение вреда пострадавшим. При действующей системе оценки работнику компенсируется только материальный ущерб, и чаще всего не затрагиваются вопросы компенсации морального ущерба. Право работника на компенсацию морального ущерба установлено рядом законодательных актов. Однако нигде не определены критерии, по которым определяются размеры денежных сумм, подлежащих взысканию в возмещение морального вреда. Реальные случаи компенсации морального ущерба работнику вследствие повреждения здоровья отличаются субъективизмом определения размеров компенсаций. Зачастую при аналогичных обстоятельствах выплачиваются суммы

компенсаций, отличающиеся на несколько порядков. Это свидетельствует о необходимости разработки единых подходов к оценке морального ущерба работнику, позволяющих унифицировать процедуру расчета компенсации.

Целью нашего исследования является разработка методических положений по оценке морального ущерба работнику от производственного травматизма посредством количественного измерения качественных характеристик морального ущерба.

В основу разработки положено определение морального ущерба, данное в [1], в соответствии с которым «под моральным ущербом понимаются нравственные и/или физические страдания, причиненные действиями (бездействием), посягающими на принадлежащие гражданину от рождения или в силу закона нематериальные блага (жизнь, здоровье, достоинство личности и т.п.) или нарушающими его личные неимущественные права (право на пользование своим именем, право авторства и др.), либо нарушающими имущественные права гражданина».

В соответствии с этим определением нами была предложена и обоснована структура морального ущерба работнику, включающая физическую, нравственную и альтернативную составляющие, дана их детализация. К физическим страданиям относятся боль, удушье, головокружение и т.д., а к нравственным – страх, стресс, горе, стыд, беспокойство, шок, депрессия и т.д. Кроме того, в результате производственной травмы могут осуществляться посягательства на нематериальные блага индивидуума (жизнь, деловая репутация и т.п.), ущемляться нематериальные и материальные права человека (альтернативная составляющая морального ущерба). Нами обосновано включение альтернативных издержек (в частности, упущенной выгоды) в структуру морального ущерба, которые никогда ранее не рассматривались при оценке материального и морального ущерба.

К основным факторам, влияющим на величину морального ущерба, относятся: степень тяжести повреждения здоровья (инвалидность, утрата профессиональной трудоспособности); уровень посттравматического стресса; ряд личностных характеристик, в частности, лидерские качества работника, его мотивация к труду, карьерный рост до травмы; социальные показатели, в том числе семейное и материальное положение, возраст, образование, количество иждивенцев и т.п.

Предложенная структура является основой для разработки методических рекомендаций по количественной оценке морального ущерба работнику, в соответствии с которыми оценка производится посредством расчета ряда вновь разработанных социально-экономических показателей, характеризующих величину морального ущерба работнику, в частности: потенциального и остаточного экономического эффекта жизнедеятельности человека, показателя степени тяжести несчастного случая на производстве; психофизиологического показателя; социального показателя. Методические рекомендации позволяют количественно измерить и учесть значимость факторов, влияющих на величину морального ущерба.

На основе разработанных методических рекомендаций рассчитан моральный ущерб работникам, получившим травмы на производстве. В случае полного восстановления работника после травмы моральный ущерб составил 81 500 руб., в случае летального исхода – порядка 1 500 000 руб. Полученные данные хорошо коррелируют с данными, полученными в ряде зарубежных и отечественных исследований. Таким образом, результаты проведенного нами исследования позволяют унифицировать процедуру расчета величины компенсации морального ущерба работнику от производственного травматизма и снизить влияние субъективного фактора в процессе оценки.

1. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 20 декабря 1994 г. №10 «Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда» (с изменениями от 25 октября 1996 г., 15 января 1998 г.)

Риск как ключевой аспект предпринимательской деятельности

Стребкова Лидия Николаевна

студентка

Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия

E-mail: lydia-s@yandex.ru

В рыночной экономике часто приходится идти неизвестными путями, экспериментировать. Поэтому особую важность приобретает умение вырабатывать управленческие решения с неизбежным риском. Решения по управлению производством в этих условиях отличаются особой ответственностью и сложностью их выработки.

Предприниматель принимает организационные решения и реализует их через других людей, учитывая при этом их собственные цели и интересы. Принятие решения, как и обмен информацией, является основной составляющей любой управленческой деятельности и, особенно, предпринимательской. [2]

Необходимо особо выделить такое качество предпринимателя, как готовность и способность к принятию решения. Такое качество можно назвать и по-иному – способность принять на себя ответственность. Действительно, принимая решение, предприниматель берет на себя ответственность за его последствия не только перед теми, кто помогает ему в реализации идеи, не только перед своими партнерами, но и своим будущим. Однако процесс принятия ответственности – одновременно и процесс взятия (принятия) на себя риска. Следовательно, способность и готовность к риску – также качества, свойственные предпринимателю. Может именно этим требованием или достаточно четким осознанием такого требования и объясняется феномен предпринимателя.

Предпринимательский тип поведения влечет за собой особенное отношение к изменениям: вместо того, чтобы подавлять и минимизировать изменения, предпринимательская организация стремится к ним. Вместо реакции на возникшую проблему предвосхищаются будущие возможности и опасности; вместо частных решений ведется глобальный поиск альтернативных путей действий; вместо одной генерируются многочисленные альтернативы; вместо удовлетворительности процесс принятия решений направлен на выбор лучшей из имеющихся альтернатив. Вместо того, чтобы стремиться к сохранению прошлого, предпринимательская организация выступает за непрерывное изменение достигнутого состояния. [1]

Риск составляет объективно неизбежный элемент принятия любого хозяйственного решения в силу того, что неопределенность – неизбежная характеристика условий хозяйствования. Предприниматель проявляет готовность идти на риск в условиях неопределенности, поскольку наряду с риском потерь существует возможность дополнительных доходов.

Следует заметить, что предприниматель вправе частично переложить риск на других субъектов экономики, но полностью избежать его он не может. Справедливо считается: кто не рискует, тот не выигрывает. Иными словами, для получения экономической прибыли предприниматель должен осознанно пойти на принятие рискованного решения. [4]

Можно с уверенностью сказать: неопределенность и риск в предпринимательской деятельности играют очень важную роль, заключая в себе противоречие между планируемым и действительным, то есть источник развития предпринимательской деятельности.

Наличие предпринимательского риска – это по сути дела, оборотная сторона экономической свободы, своеобразная плата за нее. Свободе одного предпринимателя сопутствует одновременно и свобода других предпринимателей, следовательно, по мере развития рыночных отношений усиливается неопределенность и предпринимательский риск.

Устранить неопределенность будущего в предпринимательской деятельности невозможно, так как она является элементом объективной действительности, а риск присущ предпринимательству и является неотъемлемой частью его экономической жизни. Информация – понятие прямо противоположное неопределенности [3]. Проблема информации – будь то информация о возможных событиях, о вероятностях их наступления, о степени значимости и потенциальных последствиях каждого исхода, а также размеры затрат на ее добывание – приобретает существенное значение для принятия многих хозяйственных решений. Таким образом, учет риска в каком-то смысле смещает акцент принятия решений в сторону разработки методов анализа исходной информации и генерации вариантов решений.

Список литературы

1. Ансофф И. Стратегическое управление – М.: Экономика, 1989.
2. Бусыгин А.В. Предпринимательство: Учебник для вузов – М.: Дело, 2001.
3. Качалов Р.М. Управление хозяйственным риском – М.: Наука, 2002.
4. Лапуста М.Г., Шаршукова Л.Г. Риски в предпринимательской деятельности. – М.: ИНФРА-М, 1998.
5. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха: Вып. I. Предприниматель и предпринимательство: Пер. с англ. / Общ. ред. В.С. Загашвили. – М.: Прогресс, 1993.
6. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М., 1982.

Оценка и управление рисками промышленных предприятий Брянской области Стрижаков Дмитрий Валерьевич

аспирант

Брянский государственный технический университет, Брянск, Россия

E-mail: dimasval@mail.ru

Деятельность любого предприятия всегда в той или иной степени подвержена влиянию риска и зависит от него. В свою очередь, большинство финансовых потерь фирмы несут из-за недооценки воздействия риска на их бизнес и, соответственно, отсутствия должной ответной реакции, выраженной в виде противодействия, хеджирования или отказа от деятельности. Полное бездействие, равно как и ошибочные действия, влекут за собой финансовые проблемы, вытекающие в нарушения платежеспособности, кредитоспособности и вообще экономической состоятельности организации. Риск-менеджмент в РФ пока находится на стадии становления. Его полнофункциональная реализация все еще доступна лишь ограниченному числу крупных компаний. В связи с этим существует объективная необходимость в разработке методики оценки и управления рисками, удовлетворяющей запросам малых и средних фирм и не требующей больших финансовых вливаний.

Автором был предложен механизм оценки кумулятивного уровня риска промышленных предприятий, адаптированный к возможностям российских условий. Принимая во внимание отсутствие развитого фондового рынка, а значит и оперативной информации, в качестве источника сведений использовалась годовая, полугодовая и квартальная бухгалтерская отчетность.

В ходе исследования отслеживались изменения рентабельности собственного капитала (поквартально) с поправкой на вес каждого предприятия в общей совокупности. Расчеты проводились по приведенным ниже формулам:

$$\beta_i = \frac{\sum_{j=1}^n (n \cdot R_{mj} - \sum_{j=1}^n R_{mj})^2}{\sum_{j=1}^n (n \cdot R_{mj} - \sum_{j=1}^n R_{mj}) \cdot (n \cdot R_{ij} - \sum_{j=1}^n R_{ij})}, \quad R_{mj} = \sum_{i=1}^k R_{ij} \cdot \alpha_{ij}, \quad \alpha_{ij} = \frac{A_{ij}}{\sum_{i=1}^k A_{ij}},$$

где β_i – характеристика уровня риска для i –й компании; R_{ij} и R_{mj} – соответственно, рентабельность собственного капитала i –й компании в j -й период и рентабельность собственного капитала в среднем на рынке в j -й период; α_{ij} – весовая характеристика i –й компании в j -й период; A_{ij} – активы i –й компании в j -й период; n – количество периодов наблюдения.

После определения коэффициента «бета» было произведено ранжирование компаний машиностроительной и пищевой отраслей Брянской области. Значение коэффициента варьировалось от 0,8 до 2,5, причем для крупных предприятий он был ближе к 1, а для небольших - ближе к 2. Дальнейший анализ дал возможность определить оптимальную структуру организации по видам и роду деятельности и по состоянию заемных средств.

Затем было предложено определять норму дохода на вложенный капитал в соответствии с риском и стоимость бизнеса по приведенным ниже формулам соответственно:

$$k_e = R_f + (R_{mj} - R_f)\beta, \quad C = \sum_{i=1}^n CF_i \frac{1}{(1+k_e)^{i-0,5}} + CF_n \frac{1+t}{k_e-t} \cdot \frac{1}{(1+k_e)^n},$$

где k_e – норма дохода в соответствии с уровнем риска; β – рассчитанный по предложенной выше методике бета коэффициент; R_f – процент по безрисковым вложениям. C – стоимость предприятия; CF_i – денежный поток i -го прогнозного периода; CF_n – денежный поток последнего года прогнозного периода; n – количество лет прогнозного периода; t – долговременные темпы роста денежного потока в постпрогнозном периоде.

Показатель степени $(i-0,5)$ отражает особенность денежных потоков, генерируемых действующим предприятием: денежные потоки поступают неравномерно, в течение всего года, вследствие чего дисконтируются с середины года.

Качественная и количественная оценка рисков, которыми подвержены предприятия Брянской области, привела к разработке пакета предложений по налаживанию эффективного процесса управления риском на предприятии. Его использование в хозяйственной жизни предприятий позволит стабилизировать их финансовое состояние.

Список литературы:

1. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций.
2. Анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика, 1995.- 432с.;
3. Рэдхед К., Хьюс С. Управление финансовыми рисками. - М.: ИНФРА-М, 1996.- 288 с.;
4. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности. - М.: «Юрист», 1998.- 659с.;
5. Raymond P. Neveu. Fundamentals of managerial finance. - Cincinnati, Ohio., 1985

Разнообразие моделей бюджетирования

Сухов Дамир Равилевич

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Россия

E-mail: suhov_damir@mail.ru

Практика разных сфер хозяйствования показывает, что грамотная постановка процесса производства является необходимым, но недостаточным условием процветания. После становления ключевым фактором дальнейшего развития становится четкая организация процесса ведения бизнеса. Следствием чего является увеличение спроса на услуги разработки и внедрения систем бюджетного управления.

Зачастую необходимо проводить разработку и запуск системы бюджетного управления в сжатые сроки с тем, чтобы максимально быстро получить первые результаты, выражающиеся в повышении управляемости фирмой. Залогом

оптимального соотношения затрат на постановку бюджетирования и получаемых экономических и организационных эффектов является выбор оптимальной модели бюджетного управления именно на этапе постановки задачи. Цель данной работы – произвести обзор существующих моделей бюджетирования, выявить их основные преимущества и недостатки, определить сферы их применения

Наиболее часто описывается *комплексная* модель бюджетирования, описывающая ряд функциональных бюджетов, которые оценивают выходы основных процессов предприятия, также присутствуют бюджеты операционные, измеряющие вклад каждого центра финансовой ответственности (ЦФО) в конечный финансовый результат. Вместе с тем, практика показывает, что подавляющее большинство предприятий не готово сразу переходить на комплексную модель бюджетирования по ряду причин, поэтому необходимо выбирать другие модели, которые позволят сфокусироваться на тех областях деятельности, которые требуют особенно пристального внимания со стороны управленцев.

Бюджетная структура предприятия определяется тремя основными факторами:

- требованиями, предъявляемыми со стороны руководства предприятия,
- спецификой хозяйственной деятельности предприятия,
- структурой управления предприятия (будущей финансовой структурой).

Исходя из практики разработки и внедрения систем бюджетного управления и принимая во внимание факторы, приведенные выше, можно выделить следующие бюджетные модели:

- Индивидуальная модель комплексного бюджетирования
- Универсальная бюджетная модель
- Бюджетирование отдельных областей деятельности
- Бюджетирование финансовых потоков
- Бюджетирование товарно-материальных потоков

1. Индивидуальная модель комплексного бюджетирования

Главная особенность комплексного бюджетирования - предварительное построение процессной модели деятельности предприятия, с последующей привязкой формируемых функциональных бюджетов к результатам. Данная модель будет являться сугубо индивидуальной, учитывающей особенности производственно-финансовой деятельности каждого предприятия. Можно с уверенностью сказать, что подобный подход применим для компаний любого профиля деятельности, даже для некоммерческих организаций.

Преимущества комплексного бюджетирования:

- Фокусировка на особенностях предприятия;
- Получение необходимой детализации плановых и фактических показателей;
- Охват всех областей деятельности;

Недостаток данной модели:

- Длительный срок разработки, и, как следствие, высокая стоимость и риски в достижении результата.

2. Универсальная бюджетная модель

Данная модель так же, как и комплексная, охватывает все предприятие, однако является более простой с точки зрения разработки и функционирования.

Преимущества универсальной модели:

- Высокая скорость разработки и внедрения, особенно для многопрофильных предприятий или для групп компаний с большой диверсификацией по выпускаемой продукции;
- Возможность относительного простого учета внутреннего оборота;
- Быстрота планирования и консолидации фактических данных.

Недостатком является отсутствие функциональных планов (или их ведение в других документах), что иногда мешает взвешенной оценке планов предприятия по основным функциональным областям.

3. Бюджетирование отдельных областей хозяйственной деятельности

Модели бюджетирования отдельных областей хозяйственной деятельности являются наиболее простыми, их цель - предоставить руководству предприятия информацию об актуальных для контроля областях деятельности предприятия. Такие модели могут содержать от одного до нескольких натуральных или натурально-стоимостных бюджетов. Для коммерческих и производственных предприятий, такими бюджетами традиционно являются бюджеты продаж и производства.

Преимуществами таких бюджетных моделей являются:

- быстрое и недорогое внедрение, позволяющее в короткие сроки получить контроль над наиболее актуальными областями деятельности;
- эффективное функционирование модели, за счет небольшого числа бюджетов и простоты связей между ними.

К *недостаткам* данных модели можно отнести:

- из-за ограниченности моделей нет возможности учесть все влияющие на неё факторы (к примеру, недостаточное финансирование может привести к невыполнению плана производства и т.д.);
- как следствие, низкая достоверность и результативность бюджетов.

4. Бюджетирование финансовых потоков

Данная модель бюджетирования является, пожалуй, самой распространенной в России. Это обусловлено следующими её *преимуществами*:

- высокая скорость внедрения, за счет небольшого количества бюджетов и связей между ними;
- как следствие, относительно низкая стоимость внедрения;
- данная модель особенно подходит для растущей российской экономики, когда управление ликвидностью более актуально, чем управление рентабельностью или стоимостью.

Таким образом, по соотношению цена-результат, данную модель можно рекомендовать к применению в условиях развивающегося рынка, когда на первое место выходит ликвидность, а доходность не требует оперативного контроля.

Результирующим бюджетом данной модели является Бюджет Движения Денежных Средств (БДДС). БДДС отражает движение денежных средств (денежного потока) по видам денежных средств и направлениям их движения. Цель его составления - управление платежеспособностью (ликвидностью) предприятия.

5. Бюджетирование товарно-материальных потоков

Модель бюджетирования товарно-материальных потоков является более сложной, чем предыдущие бюджетные модели. Однако именно эта модель позволяет управлять наиболее важным для предприятия показателем - прибылью/рентабельностью основной деятельности.

Преимуществами данной модели являются:

- относительно невысокая стоимость и сроки внедрения (по сравнению с комплексной моделью);
- возможность управления наиболее важным показателем деятельности предприятия - прибылью от основной деятельности, что особенно актуально в средне- и долгосрочной перспективе;
- возможность эффективного управления основными областями хозяйственной деятельности - продажами, производством и закупками;
- возможность контроля и управления прямыми и косвенными расходами.

К недостаткам такой бюджетной модели можно отнести следующие:

- недостаточная комплексность, и как следствие, зависимость результатов от неучтенных факторов (финансовых потоков, инвестиционных и прочих расходов);
- финансовые результаты не являются полными и достоверными - не подтверждаются изменением активов и пассивов предприятия (балансом).

В заключение, хочется отметить, что хотя формально не все модели соответствуют общепринятому понятию бюджетного управления, все они обладают признаками, выделяющими бюджетирование в отдельную управленческую технологию:

- Наличие центров финансовой ответственности (хотя в некоторых случаях всеобъемлющая финансовая структура отсутствует);
- Наличие взаимосвязанных бюджетов, позволяющих планировать деятельность и учитывать факт в одних и тех же разрезах;

Именно формирование оптимальной бюджетной модели позволит предприятию не только сократить время и затраты, но и получить максимальный результат, выражающийся в повышении прозрачности бизнеса и улучшении финансовых показателей в кратчайшие сроки, а также обеспечить возможность дальнейшего роста и развития системы.

Управление изменениями: вопросы теории и практики

Тарасов Александр Викторович

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: AlexTarassov@mail.ru

Компании занимались преобразованиями всегда, но в последние двадцать лет процесс появления новых техник и методов управления активизировался.

Причина активизации – усложнившаяся конкурентная среда. Если раньше можно было спокойно и планомерно двигаться к достижению своих целей, то теперь практически все находятся под прессингом конкуренции, а многие на грани выживания.

Исследование вопроса изменений под разными углами зрения осуществлялось в течение всего XX века, но особенно ускорилось в последние двадцать лет. Масса ученых, консультантов и руководителей проводили исследования и описывали свои взгляды на изменения. Среди исследователей можно отметить К. Левина, Ф. Коттера, Ф. Гуийра, Н. Тичи и целый ряд других.

К управлению изменениями относятся запланированные, организованные и контролируемые перемены в стратегиях, структуре, процессах и культуре любой социально-экономической системы. Управление изменениями имеет дело со следующими аспектами функционирования предприятия: организационными, кадровыми, коммуникационными и информационными.

Анализ изменений и управления ими, необходимо начинать с предпосылок преобразований. На первой стадии какая-то часть среды (внешней, или внутренней) функционирования предприятия изменяется. Как результат дальнейшего взаимодействия внешних и внутренних параметров происходит ряд изменений во всех остальных элементах организации, и развиваются кризисы. Для того, чтобы справиться с кризисами, подстроиться к новой действительности организация проводит трансформации.

Можно выделить три категории кризисов на основании областей представления опасности: кризис ликвидности, кризис успеха и стратегический кризис.

Кризис ликвидности возникает при потере компанией платежеспособности. Этот тип требует немедленного вмешательства, а лучше и предупреждения. В противном случае даже прибыльному предприятию грозит техническая остановка деятельности.

Кризис успеха возникает при отклонении действительного состояния компании от того, что было запланировано. Это может произойти в одной или нескольких областях: продажи, денежные поступления, прибыль, рентабельность.

Стратегический кризис не требует обязательных немедленных действий и его гораздо сложнее идентифицировать. Можно говорить о наступлении кризиса этого типа, если у компании намечается разрыв между желаемым будущим и наиболее вероятным.

В силу того, что кризисы угрожают благополучию и существованию компании, именно они, как правило, являются катализатором преобразований. То, какой тип кризиса актуален для компании в настоящий момент, определяет инструментарий, используемый в изменениях. Можно сформулировать причины преобразований более обще: изменения проводятся для того, чтобы исходя из восприятия текущей ситуации и ожиданий относительно будущей ситуации, улучшить свое будущее положение и приблизить организацию к достижению целей.

Значит такие причины, как выход из кризиса, или подстройка под изменившуюся среду, направлены на поддержание стабильности и продолжение курса на достижение целей, т.е. вспомогательные, поэтому необходимо коснуться самих целей компаний.

Практически все исследователи выделяют получение прибыли, как доминирующую цель компании, правда, при этом никто в явном виде не говорил о максимизации прибыли, кроме П. Друкера, считавшего, что нельзя однозначно дать ответ на этот вопрос. Также полное единодушие наблюдается в отношении такой цели, как выживание, продолжение операций.

Однако существуют заметные отклонения. Так, Коллинз и Поррас считают, что у компаний могут существовать цели, сравнимые по важности с получением прибыли. А Питер Друкер утверждает, что прибыль – следствие эффективного достижения таких целей, как инновации и маркетинг.

Следующий вопрос – цель нововведений и осуществления программ изменений. Здесь также можно выделить некое общее направление. Так, все согласны, что изменения производятся в целях повышения конкурентоспособности и эффективности работы компании (либо в целом, либо какой-то отдельной ее части), которые уже позволяют достигать доминирующих целей: выживание и процветание (получение прибыли). Получает, что организации работают для достижения целей, а в случае угрозы для достижения целей предпринимают шаги для исправления ситуации – изменения. Запуск программ преобразований стимулируют кризисы.

Общество снабжает бизнес ресурсами, потому что бизнес удовлетворяет потребности – это важная роль и функция бизнеса и всех компаний. Также верно, что компании не могут длительное время существовать, работая в убыток – это равносильно разрушению собственного основания и рано или поздно ресурсы просто иссякнут (даже если при этом компания великолепно удовлетворяет потребности своих потребителей). Поэтому наличие прибыли – залог выживания и перманентная цель компаний. Максимизация прибыли как отдельная задача – скорее уже человеческая потребность, желание достичь максимума, обладая весьма ограниченными ресурсами.

Изменения выходят на арену, когда появляется угроза для прибыли компании, когда ситуация ухудшается или ожидается, что она ухудшится.

Назначением изменений является улучшение возможностей получения устойчивой прибыли и укрепление потенциала достижения целей. Новые управленческие методики появляются по тем же причинам – это инструменты повышения конкурентоспособности. Руководители предъявляют на них растущий в последнее время спрос, поэтому предложение также расширяется.

Литература:

1. Друкер, Питер, Ф. Практика менеджмента.: — М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. — 2000. — 398 с.

2. Гуиар Ф.Ж., Келли Д.Н. Преобразование организации, — М.: Дело, 1999
3. Хаммер М., Дж. Чампи Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе, С-Пб, Изд-во С-Пб университета, 1999.
4. Tichy, Noel M. Control your destiny or someone else will. — 1st HarperBusiness ed.
5. James C. Collins and Jerry I. Porras. Built to last: successful habits of visionary companies. — HarperBusiness, 1997.

Проблемы управления финансовым рычагом предприятия

Тимофеев Руслан Валерьевич

студент

Чебоксарский кооперативный институт, Россия

E-mail: filin.r@mail.ru

Изменяя структуру капитала, то есть соотношение между собственными, вложенными предпринимателем или акционерами, средствами и деньгами, взятыми в долг, финансовый менеджер может заметно влиять на стоимость всей компании. Российским финансистам этот инструмент попал в руки только в самое последнее время. Причина проста: к так называемым «длинным деньгам» подавляющее большинство отечественных компаний доступа до сих пор не имели. Но ситуация начинает меняться и не пользоваться лучшими достижениями финансового менеджмента не допустимо.

Компании, прибегая к займам, используют так называемый финансовый рычаг (леверидж) - отношение заемного капитала к собственному. Соответственно, финансовый рычаг тем больше, чем больше доля долгов в общем капитале фирмы. Смысл левериджа в том, что если доходность бизнеса выше, чем ставка по заемным средствам, то рентабельность собственного капитала при использовании кредитов можно заметно увеличить. Допустим, предприниматель вкладывает деньги в объект недвижимости стоимостью \$400 тыс. Он намерен продать его в конце года за \$550 тыс. Доходность этой операции составляет 37,5%. Если же бизнесмен возьмет кредит в \$200 тыс. под 18% годовых, доходность операции (по отношению к собственным вложенным средствам) составит уже 57%: $(\$150 \text{ тыс.} - 0,18 \times \$200 \text{ тыс.}) : \$200 \text{ тыс.}$. Однако предприниматель рискует: ведь если недвижимость продать по планируемой цене не удастся, затраты на выплату процентов могут превысить общий доход – возрастает доходность, но возрастает и риск. Из этого примера видно, что при определенных условиях брать в долг можно и нужно. Но каким должно быть итоговое соотношение собственных и заемных средств?

Согласно одной из моделей, построенной в середине прошлого века двумя американскими специалистами по финансам Мертоном Миллером и Франко Модильяни, для максимизации стоимости фирмы лучше всего доводить долю долга в капитале до 100%. Причина – существование так называемого «налогового щита». Ведь в экономической практике большинства стран мира проценты по кредитам уменьшают налогооблагаемую прибыль (включаются в себестоимость). Если все вложенные в бизнес средства собственные, значит, налог на прибыль придется заплатить со всей суммы дохода. Если же присутствуют заемные деньги, компания получает значительные налоговые льготы – это и есть «налоговый щит». Парадокс состоит в том, что согласно этой модели, чем больше доля долга, тем лучше, тем выше стоимость компании – идеально, если в компании все 100% капитала получены в кредит. На практике такого, естественно, никогда не бывает. Описанная модель не учитывает, что до бесконечности увеличивать финансовый рычаг мешают неизбежно возникающие риски. Однако в период снижения деловой активности фирмы с большими значениями финансового рычага уступают свою долю рынка конкурентам с консервативной структурой капитала (консервативность в данном случае подразумевает небольшую долю заемных средств).

Задача менеджера состоит в том, чтобы найти некое среднее компромиссное значение финансового рычага, которое обеспечит оптимальные уровни доходности и риска – а значит, максимальную стоимость компании.

В то же время в ходе изучения российской действительности бросается в глаза существующий отрицательный финансовый рычаг многих отечественных корпораций (предприятия берут в долг под большой процент, нежели рентабельность собственного бизнеса), что конечно же ведёт к проеданию собственного капитала предприятий и создаёт угрозу корпоративного дефолта. Финансовые менеджеры зачастую не обращают на это должного внимания, поскольку производственная была создана, как правило, еще в советское.

Выбор оптимальной схемы финансирования инвестиционной деятельности предприятия

Турковская Наталья Валерьевна

аспирантка

Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет, Россия

E-mail: nturkovskaya@mail.avk.ru

Есть два основных источника финансирования деятельности организации: собственный капитал и заемные средства. На первый взгляд, приоритетность использования собственных средств перед заемными очевидна, однако, финансирование только за счет собственного капитала значительно снижает эффективность деятельности компании. Речь идет об **эффекте финансового рычага**. Международная практика показывает, что привлечение заемных средств необходимо для эффективного осуществления финансово-хозяйственной деятельности компании. Этот факт начинают осознавать и российские организации.

Формирование заемного капитала возможно посредством привлечения банковских кредитов и эмиссии долговых ценных бумаг (векселей и облигаций). Ограниченность первого способа заключается в том, что в настоящее время банки еще не готовы вкладывать в «реальный» сектор экономики «длинные» деньги, которые так необходимы предприятиям для реализации инвестиционных проектов. Эмиссия же долговых бумаг имеет ряд преимуществ по сравнению с прочими источниками финансирования (таб. 1).

Таблица 1. Сравнение источников финансирования инвестиционной деятельности компании

Наименование признака	Инструмент внешнего финансирования			
	Облигации	Банковский кредит	Акции	Векселя
Преимущества корпоративных облигаций				
1. Объем финансирования	Возможности заимствования возрастают за счет привлечения широкого круга инвесторов. Выпуск любого качества при правильно выбранных параметрах «найдет» своего инвестора.	Кредитная политика банка предусматривает предел кредита для заемщика данного уровня кредитного качества. Банк должен выполнять нормативы пруденциальности ЦБР.	Миноритарный пакет акций, как правило, не привлекает стратегических инвесторов. Низконадежные инструменты сразу станут «неликвидами».	Внебиржевое обращение и простота эмиссии векселей обуславливают информационную непрозрачность и высокую дефолтоопасность векселей, что отталкивает от них многих инвесторов.
2. Срочность финансирования	Длительный период займа за счет механизма его «укорочения» (оферты) и тенденции «удлинения» выпусков на рынке.	Ограничена срочностью пассивов банка и кредитной политикой по выдаче ссуд заемщикам разного кредитного качества.	Не ограничена, так как акци-долевой инструмент.	Традиционно векселя используются как средство расчета, что предполагает небольшой срок займа (до 1 года).

3. Публичная кредитная история	Рыночное обращение предполагает создание кредитной истории.	Не создается.	–	Номинальная из-за информационной закрытости и дефолтоопасности рынка.
4. Зависимость от кредитора	При открытой подписке широкий круг кредиторов почти нивелирует зависимость от них. При закрытой подписке пул кредиторов может влиять на заемщика.	Высокая. Может быть предусмотрено условие осуществления всех финансовых операций заемщика через банк-кредитор или его аффилированное лицо.	–	При открытой подписке широкий круг кредиторов почти нивелирует зависимость от них. При закрытой подписке пул кредиторов может влиять на заемщика.
5. Обеспечение	Бланковое на 3-й год деятельности заемщика при неубыточных балансах Пршлых лет. В ином случае – на сумму займа.	Двойное обеспечение (в размере двух сумм кредита).	–	Бланковое.
6. Возможность управления долгом для эмитента	Существует – посредством покупки-продажи бумаг на вторичном рынке.	Отсутствует. Банк может отозвать ссуду по желанию.	–	Существует – посредством покупки-продажи бумаг на вторичном рынке.
7. Контроль над организацией	Возможность частичной или полной потери контроля над организацией отсутствует.	Возможность частичной или полной потери контроля над организацией отсутствует.	Акционерный капитал «размывается». Возможна частичная или полная потеря контроля.	Возможность частичной или полной потери контроля над организацией отсутствует.
8. Индивидуальность схемы финансирования	Параметры выпуска устанавливаются эмитентом и организатором займа. Изменяя структуру займа, можно варьировать его стоимость.	Условия кредита в конкретном банке стандартны. Иногда банк может менять ставку при наступлении определенных событий.	Стандартная конструкция инструмента.	Схема заимствования разрабатывается эмитентом, но значительно ограничена стандартной конструкцией инструмента.
9. Охват расходов будущих периодов	Привлеченные посредством выпуска облигаций средства можно направить на расходы будущих периодов.	Одно из свойств кредита - его целевая направленность (в том числе на расходы будущих периодов по проекту).	Направления использования не регламентированы.	Векселем как немиссионной ценной бумагой может быть оформлена только уже возникшая задолженность.
10. Риск подделки, хищения	Риск невелик, т.к. в РФ распространена бездокументарная форма облигаций.	Минимальный, поскольку одним из свойств кредита является его адресность.	Минимальный.	Очень высокий для используемых в практике РФ документарных векселей.
11. Использование «серых» схем	Очень редко. Выпуск суррогатных облигаций для вывода валютных активов со счетов типа С перестал быть актуальным после разрешения вложения средств этих счетов в др. инструменты.	Практикуется при аффилированности с кредитором для ухода от налогообложения.	–	Внебиржевое обращение делает вексель удобным инструментом для всякого рода махинаций.

12. Процесс обращения и погашение	Биржевое обращение переводит процедуры платежа и учета прав собственности в разряд технических действий.	Прямая (заемщик) и обратная (кредитор) адресность кредита упрощает процесс его обслуживания и погашения.	Биржевое обращение переводит процедуры платежа и учета прав собственности в разряд технических действий.	При покупке и погашении векселя необходимо проверять его подлинность, правильность и достоверность его передаточных надписей.
13. Процентные расходы (режим налогообложения)	% не включаются в налогооблагаемую базу для исчисления налога на Pt в размере среднего уровня % по аналогичным обязательствам, выданным в том же отчетном периоде, или в пределах 1.1 ставки рефинансирования по рублевым обязательствам, и 15 % – по валютным.	% не включаются в налогооблагаемую базу для исчисления налога на Pt в размере среднего уровня % по аналогичным обязательствам, выданным в том же отчетном периоде, или в пределах 1.1 ставки рефинансирования по рублевым обязательствам, и 15 % – по валютным.	Дивиденды выплачиваются из чистой прибыли, поэтому не уменьшают налогооблагаемой базы.	% не включаются в налогооблагаемую базу для исчисления налога на Pt в размере среднего уровня % по аналогичным обязательствам, выданным в том же отчетном периоде, или в пределах 1.1 ставки рефинансирования по рублевым обязательствам, и 15 % – по валютным.
Недостатки корпоративных облигаций				
1. Организация финансирования	Продолжительный. Занимает от 1 до 3 месяцев.	Рассмотрение кредитной заявки и принятие решения занимает около 3 мес.	Продолжительный. Занимает от 2 до 5 месяцев.	От 1 дня.
2. Режим налогообложения	Предварительные налоговые выплаты отсутствуют	Предварительные налоговые выплаты отсутствуют.	Предварительные налоговые выплаты отсутствуют	Предварительные налоговые выплаты отсутствуют.
3. Законодательные ограничения обращения и эмиссии	Для регистрации выпуска необходимо «пройти» по ряду ограничений.	Ограничения устанавливаются банком-кредитором.	Для регистрации выпуска необходимо «пройти» по ряду ограничений.	Выпуск и обращение не регламентируется какими-либо правовыми актами.

Очевидно, что корпоративные облигации являются наиболее надежным, с точки зрения инвестора, и следовательно, менее дорогостоящим для эмитента, источником финансирования. В этой связи функция разработки эффективной структуры выпуска корпоративных облигаций становится одной из наиболее важных в организации.

Современный выставочный бизнес

Устинова Н.П.

молодой ученый

ГОУ ВПО «Ростовский государственный университет»

E-mail: aluet-nata@mail.ru

Выставочный бизнес - актуальная тема на протяжении как минимум последнего года, о чем может свидетельствовать количество публикаций по его проблемам. Как показывает опыт экономических реформ, что сложное финансовое положение многих российских предприятий в значительной мере обусловлено неэффективным менеджментом. Необходимо использование новых управленческих технологий в

наиболее прибыльных и быстро развивающихся отраслях сферы услуг: выставочном бизнесе, информационном бизнесе, финансовой сфере, телекоммуникациях, туризме, индустрии гостеприимства и др. В развитых странах в сфере услуг занято более 70% общей численности экономически активного населения.

Выставочно-ярмарочная деятельность может выступать как: важнейший элемент системы маркетинга и рекламы товаров; сегмент и одна из отраслей экономики, посредством которой реализуется значительная часть валового внутреннего продукта страны; фактор развития деловых контактов; фактор развития деловых контактов.

Современные торгово-промышленные выставки – наиболее мощное комплексное средство маркетинга для продвижения продукции, фирмы, отрасли, региона и даже целой страны. Выставка всегда выходила за рамки торгового феномена. Сегодня выставочные мероприятия сильно меняются, растет значение выставки в ряду коммуникативных инструментов. Для экспонентов выставка становится неотъемлемой частью маркетинговой стратегии.

С развитием выставочного менеджмента происходит интенсивное расширение круга организаций, занимающихся выставочной деятельностью, и ассортимента услуг, связанных с изменением целей, задач и функций проводимых выставок и ярмарок. Новым явлением стали посреднические услуги на базе коммерческих выставок и ярмарок, пропаганда инвестиционных проектов, посредничество при обмене опытом и внедрении научно-технических достижений. Развиваются услуги по информированию, консультациям и обучению. Начинают распространяться поставка и прокат выставочного оборудования, рекреационно-досуговые услуги и реализация культурных программ на коммерческой основе. Но главной услугой выставочного бизнеса остается организация и проведение выставок и ярмарок, актуальных для предприятий-участников, для народного хозяйства регионов и страны в целом.

Выставка – это высокая технология, которая при правильном использовании позволит максимально привлечь капитал в город, в регион и в страну. Дальнейшее развитие выставочного бизнеса в стране немыслимо без продуманной организационной и технологической поддержки. Также имеет смысл систематический сбор, обработка и систематизация информации о проведении выставочных мероприятий на территории РФ, составление баз данных по выставкам, которые играют большую роль в развитии экономики отдельных регионов.

Подготовка и реализация выставочного проекта может быть представлена в виде организационного плана и соответствующего ему документооборота. Организационный план - эффективный инструмент организации и контроля отдельных этапов подготовки выставки. Он включает 5 этапов: подготовительный этап, «запуск» выставки, «финишная прямая», проведение выставки, подведение итогов выставки. Каждому из этапов соответствуют свои организационные мероприятия и документы рекламного и информационного обеспечения.

За последнее десятилетие в нашей стране заложены основы современной выставочной инфраструктуры. В выставочную деятельность вовлечены миллионы людей и десятки тысяч фирм. По мере усложнения и развития вся эта сфера начинает все более настоятельно нуждаться в управлении и координации ее деятельности. Отечественный опыт работы предприятий выставочного бизнеса показал, что потенциал данной сферы деятельности проявляется за счет активного привлечения клиентов посредством продуманной рекламной кампании и привлечения различных государственных образований и некоммерческих союзов и ассоциаций в проведении выставочных мероприятий.

Выставочно-ярмарочная деятельность обладает значительным потенциалом, который многократно возрастет в случае осуществления координации и оказания поддержки со стороны государства.

Исследование проблем российской системы корпоративного управления в условиях трансформационной экономики

Харисов Ильшат Фиразович

студент

Казанский государственный университет, Россия

E-mail: shatik@inbox.ru

Корпоративное управление – это набор средств, используемых для поддержания адекватного баланса между правами акционеров, потребностями совета директоров и менеджмента в процессе управления компанией.

Основной целью нашего исследования являлось изучение состояния системы корпоративного управления в условиях современной России. В ходе исследования данной проблемы нами были поставлены следующие задачи:

1. Определение основных тенденций развития российской системы корпоративного управления.
2. Анализ зарубежного опыта и выявление перспектив развития российских предприятий.
3. Разработка мероприятий по оптимизации структуры взаимоотношений между акционерами, собственниками и менеджментом компаний.

Корпоративное управление определяет культуру ведения бизнеса, которая формируется в течение долгого времени. По нашему мнению, успехи России в области корпоративного управления возможны, если свои усилия объединят компании, заинтересованные в повышении собственной эффективности и формировании цивилизованного рынка, организации бизнес-сообщества и властные структуры. Основными проблемами, затрудняющими эффективное корпоративное управление, являются:

- Распределение пакетов акций среди большого числа акционеров, что приводит к трудностям в управлении компаниями, снижению эффективности и гибкости операций.
- Наличие у высшего управленческого звена российских компаний крупных пакетов акций. В связи с этим нарушается основополагающий принцип разделения ответственности в корпорации: эффективное управление возможно лишь при условии разграничения права собственности акционеров и менеджеров.
- Низкая правовая защищенность миноритарных акционеров.
- Наличие возможностей использования силовых структур с целью перевода предприятия под свой контроль. Данная отрицательная практика не способствует привлечению иностранных инвестиций, поскольку права собственности на предприятие не могут быть гарантированы и зарубежный инвестор, вкладывая свои средства в развитие предприятия, не уверен, что в среднесрочной перспективе сохранит контроль над предприятием.
- Отсутствие внешних институциональных ограничений в виде ликвидного фондового рынка.
- Дефицит компетентных руководящих кадров. Российская система образования на современном этапе не способна предоставлять качественное образование для руководителей высшего управленческого звена. Анализ деятельности крупнейших и наиболее успешных российских компаний, показал, что в 65% случаев главные исполнительные лица этих корпораций либо являются гражданами иностранных государств, либо получили образование за рубежом.

Ключевым понятием, определяющим результаты деятельности компании в современном мире, является эффективность. По мере вступления России во Всемирную торговую организацию, которое ожидается в ближайшее время, важное значение будет иметь конкурентоспособность отечественных предприятий на внешних рынках. Очевидно,

в новых условиях смогут выжить лишь те предприятия, которые смогли, используя лучшую практику, внедрить передовые решения в вопросах корпоративного управления. От этого зависит, станет ли Россия мировой державой с диверсифицированной экономикой или останется источником природного сырья для остального мира.

**Теоретические основы использования концепции контроллинга
в отечественной и зарубежной практике**

Хрычкова Т. Д.

аспирантка

Брянский государственный технический университет, Брянск, Россия

E-mail: Unknow@mail.ru

Нестабильность внешней среды, ускорение научно-технического прогресса, возрастающее давление со стороны конкурентов заставляют современные отечественные промышленные предприятия превращаться во все более сложные и гибкие системы. Для обеспечения высокого уровня управляемости такими системами требуются новые методы, соответствующие динамично изменяющейся внешней и внутренней среде. Таким методом, в основе которого лежит стремление обеспечить долгосрочное развитие промышленному предприятию, является контроллинг [3].

Опираясь на точку зрения, согласно которой контроллинг - система управления контролем, рассмотрим его системную модель. На входе системной модели контроллинга находятся планы, бюджеты, проекты, программы, анализ системы; на выходе – разработка стандартов, нормативов, измерение и учет фактов, коррекция и анализ отклонений. Согласно этой модели, контроллинг – непрерывный процесс, который постоянно совершенствуется под влиянием факторов внешней и внутренней сред. Исходя из анализа существующей методологической теории контроллинга и практики его применения, можно сделать вывод о необходимости развития некоторых направлений контроллинга, в частности, необходимо разработать методические аспекты его использования на производственных предприятиях. В первую очередь это связано с невозможностью использования на российских предприятиях зарубежных разработок, которые либо устарели, либо не адаптированы к российским экономическим условиям. А вот отечественный опыт по разработке системы контроллинга на промышленных предприятиях невелик. [1,6]

Из опыта стран с развитой рыночной экономикой известно, что особая ценность контроллинга проявляется по мере роста и усложнения хозяйственных систем, так как при этом возникает проблема несогласованности различных функциональных планов. В связи с чем выделяют: контроллинг обеспечения ресурсами, затрат, инноваций, инвестиций, маркетинга, финансов и т.д. В целом, данный механизм нацелен на обеспечение долговременного результативного и эффективного развития предприятия в условиях активного воздействия внешней среды, на основе реализации такой важной функции контроллинга, как интеграция.

Согласно интеграционной концепции контроллинг – это стержень, вокруг которого объединяются основные элементы управления предприятием, а именно бизнес-процессы и их затраты; центры ответственности предприятия; системы планирования и бюджетирования, формируемые на основе центров ответственности; система управленческого учета, построенная на основе центров ответственности и их бюджетов; система стратегического управления, основанная на анализе цепочки ценностей, анализе стратегического позиционирования и анализе затратообразующих факторов; информационные потоки, позволяющие оперативно фиксировать текущее состояние выполнения бюджетов; мониторинг и анализ результатов финансово-хозяйственной

деятельности предприятия; выявление причин отклонений и формирование управляющих воздействий в рамках центров ответственности [4].

Задачи интегрированного контроллинга на предприятии могут быть представлены следующим образом:

- содействие при целеполагании;
- координация планирования на предприятии: планы отдельных функциональных областей (например, планы сбыта и производства) должны быть согласованными;
- проведение анализа отклонений для реализации экономического контроля;
- создание основы для принятия решений по всем функциональным областям, т.е. контроллинг предоставляет пользователям релевантную информацию [5].

Таким образом, существует острая необходимость в разработке методики интегрированного контроллинга применительно к условиям функционирования российских промышленных предприятий.

Литература

1. Контроллинг в бизнесе: методологические и практические основы построения контроллинга в организациях /А.М. Карминский, Н.И. Оленев, А.Г. Примак, С.Г. Фалько. - М.: Финансы и статистика, 1998.
2. Фалько, С.Г. Контроллинг на предприятии / С.Г. Фалько, В.М. Носов - М.: Знание России, 1995.
3. Фалько, С.Г.. Контроллинг: национальные особенности - российский и американский опыт / С.Г. Фалько, К. А., Рассел, Л.Ф. Левин // "Контроллинг" 2002. -№ 1.- С. 34-56
4. Хан, Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга / Д. Ханн. [пер. с нем.] - М.: Финансы и статистика, 1997.
5. Экономика предприятия: учеб. для вузов / И.Э. Берзинь, С.А. Пикунова, Н.Н. Савченко, С.Г. Фалько; Под ред. С.Г. Фалько. – М.: 2003. – 368 с.

Прикладные программные продукты и их роль в сфере управления проектами

Черевиченко Алексей Олегович

студент

Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия

E-mail: philos@vstu.ru

В настоящее время в российских компаниях стремительно возрастает роль проектов как неотъемлемой составляющей их бизнес-деятельности. Проектами являются все изменения, возникающие при реструктуризации, реинжиниринге, автоматизации или стратегическом развитии компании. Управление проектами - это интеграция информационных систем планирования с управленческими процедурами и организационной структурой. Эффективное управление проектом – необходимое условие для осуществления качественного и своевременного выполнения всего комплекса работ. Сложность управления проектами может быть не очевидна, но она объективна. Поэтому возникает необходимость обеспечения выполнения определенных бизнес-процессов, критичных для работы предприятия. Как правило, в проекте участвует множество объектов различной природы, оказывающих взаимное влияние друг на друга и являющихся источником всевозможных проблем, – это организации, люди, бизнес-процессы, технологии. Поэтому для упрощения процесса и систематизации данных в управлении проектами применяются различные программные продукты. Для управления портфелем проектов применяются следующие программные продукты.

Архитектура для управления бизнесом (Business Management Architecture) - это целая серия программных продуктов Artemis Views, которые построены на базе различных ролей пользователей. Решение Artemis 7 не только поддерживает процесс

отбора инвестиционных проектов, но и также обеспечивает руководство компании возможностью пересмотреть инвестиционный портфель, в случае изменения внутренних и внешних факторов, влияющих на принятие решения. Данный анализ позволяет оценить и расставить приоритеты предлагаемым инвестициям, учитывая множество факторов, включая инвестиционные затраты, ожидаемые финансовые и нефинансовые результаты, риски и сроки выполнения.

Open Plan - профессиональная система управления проектами масштаба предприятия. В отличие от настольных пакетов календарного планирования, предлагает расширенные возможности по ресурсному планированию и финансовому анализу, организации мультипроектной и многопользовательской работы.

Универсальная система календарного планирования и управления проектами Microsoft Project - самый популярный в мире программный продукт для управления проектами. Настольное приложение Microsoft Project сочетает в себе интуитивно-понятный интерфейс Microsoft Office и все необходимые менеджеру проекта средства для управления планом и ресурсами проекта. Серверный продукт Microsoft Project Server является платформой для организации корпоративной системы управления проектами и обеспечивает коллективный доступ к проектной информации и взаимодействие участников проекта через Веб-интерфейс.

Семейство продуктов Microsoft Office Project 2003 состоит из следующих продуктов: Microsoft Office Project Standard. Используя дружественный интерфейс Microsoft Office, менеджеры проектов могут быстро разрабатывать календарные планы работ, планировать использование ресурсов и отслеживать ход проекта.

Microsoft Office Project Professional. Содержит всю функциональность Microsoft Project Standard и в связке с Microsoft Project Server обеспечивает пользователей средствами корпоративного управления проектами. Помимо традиционных средств планирования, менеджерам проектов предоставляются централизованные настройки, единый пул ресурсов и возможность автоматически согласовывать свои планы с другими проектами Microsoft Office Project Server.

Microsoft Project Server обеспечивает централизованные настройки для пользователей, единый пул ресурсов, веб-интерфейс для совместной работы участников проекта, а также содержит средства OLAP-анализа и моделирования портфеля проектов.

Кроме того, существуют программы для финансового планирования проектов.

Cobra - финансовая система управления бюджетом проектов. Интегрируется с системой календарного планирования Open Plan. Позволяет планировать затраты, управлять потоком денежных средств, анализировать фактическую выработку по проекту. Обладает гибкими средствами для подготовки финансовой отчетности. Разработанная с учетом потребностей финансовых менеджеров, Cobra обладает достаточной гибкостью и производительностью для работы с крупными проектами.

Project Expert - Система прединвестиционного финансового планирования и контроля реализации проектов. Позволяет разрабатывать инвестиционные проекты и финансовые планы деятельности предприятия, анализировать эффективность инвестиций.

Особо необходимо отметить виртуальные офисы проектов.

WelcomHome - средство организации групповой работы над проектами на базе Web-технологий и с использованием Интернет. Предоставляет удаленный доступ к данным проектов Open Plan и Microsoft Project, взаимодействие участников проекта в рамках единого портала проекта, управление документами проекта, регламентирует ввод прогресса работ исполнителями.

В целом, комплексное использование программных продуктов может способствовать более эффективной реализации стратегии предприятия и достижению его бизнес-целей. Это является одним из объективных факторов, влияющих на успех проекта.

Особенности применения коллективных систем оплаты труда в организациях с внутрифирменной предпринимательской средой

Чернятович Юрий Павлович

соискатель

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: uchern@econ.MSU.ru

В организациях с внутрифирменной предпринимательской средой (ВПС), в которой подразделения взаимодействуют между собой как самостоятельные (в пределах, утвержденных положений) предпринимательские единицы применение традиционных систем оплаты труда не позволит получить ожидаемый эффект от применения ВПС.

Безусловно, в тех подразделениях, во главе которых стоят талантливые и склонные к инновациям руководители они смогут за счет предоставленных ВПС расширенных полномочий самостоятельно успешно совершенствовать системы оплаты труда.

Однако, так как предпринимательские единицы (подразделения) действуют в составе единого юридического лица (организации) с единой системой учета и балансом, методология совершенствования систем оплаты труда должна разрабатываться централизованно.

Выделим основные требования, которым должны удовлетворять коллективные системы оплаты труда в организациях с ВПС:

1. Добиваться максимальной мотивации работников в достижении целей организации при минимальных затратах на персонал.
2. Быть простыми, понятными и по возможности восприниматься как справедливые для персонала.
3. Должны обеспечивать устойчивость организации в конкуренции на рынке труда.
4. Должны предусматривать возможность внесения эволюционных преобразований в соответствии с изменениями внешних и внутренних условий существования организации.
5. Должны включать в себя достаточное многообразие алгоритмов распределения индивидуального и коллективного заработка, определения заработной платы руководителей, чтобы дать возможность предпринимательским единицам самостоятельно выбирать наиболее эффективные.

В традиционных коллективных системах оплаты труда заработная плата начисляется трудовому коллективу и затем распределяется по отдельным работникам пропорционально:

- отработанному времени,
- квалификации (тарифной ставке, разряду, окладу) работника,
- коэффициенту трудового участия (трудового вклада), который определяется одним из трех вариантов:

1. руководителем трудового коллектива.
2. советом трудового коллектива.
3. собранием трудового коллектива.

Для каждой конкретной организации с ВПС разработка положения о коллективной форме оплаты труда является самостоятельной творческой задачей. Приведем основные рекомендации, которые необходимо учитывать при проведении этой работы:

1. Формирование размера фонда оплаты труда коллектива (ФОТ) предпринимательская единица производит в пределах средств, находящихся на ее счете во внутрифирменном банке.
2. Доля средств, направляемая на ФОТ и социальные выплаты определяется предпринимательской единицей самостоятельно (руководителем, советом коллектива, собранием коллектива).
- 3, Алгоритм определения заработной платы руководителя предпринимательской единицы утверждается руководителем организации и достаточно четко связан с объемом средств, зачисленных на счет предпринимательской единицы за отчетной

период. Заработная плата руководителя предпринимательской единицы выплачивается со счета подразделения.

4. Алгоритм определения заработной платы руководителя организации и его заместителям утверждается собственником организации и достаточно четко связан с доходом или прибылью, полученной организацией за отчетный период.
5. Для тех категорий работников, у которых легко поддаются учету индивидуальные показатели (выработка; расход сырья, материалов, инструментов, энергоресурсов; бережное отношение к оборудованию) – эти показатели должны участвовать в алгоритме начисления заработной платы. Степень влияния индивидуальных показателей определяется предпринимательской единицей самостоятельно.
6. Для работников, труд и другие показатели которых могут легко учитываться, по их желанию может быть предусмотрена оплата, зависящая от результатов работы коллектива и индивидуальных показателей работника, и рассчитываемая по заранее известному алгоритму, исключая влияние коллектива или руководителя.
7. Руководители предпринимательских единиц и низших трудовых коллективов должны иметь возможность самостоятельно распределять до 15% ФОТ коллектива. Конкретный размер ФОТ в распоряжении руководителя определяет вышестоящий руководитель.
8. Предпринимательская единица из своего бюджета может выплачивать вознаграждение работникам других подразделений и физическим лицам неработающим в организации, способствовавшим успешной работе предпринимательской единицы.
9. Если организацией получен сверхплановый положительный экономический результат, который не нашел отражения на счетах подразделения организации, рекомендуется зачислить определенную часть (оговоренную в положении) дополнительно на счета подразделений способствовавшим достижению этого эффекта.
10. Следует учесть, что эффективность коллективных систем оплаты труда резко падает при увеличении численности (более 30 человек) коллектива, в котором происходит распределение коллективного заработка. Поэтому, если предпринимательская единица достаточно крупная, предварительно производится распределение ФОТ между трудовыми коллективами из которых она состоит следующими тремя способами:
 - по заранее утвержденному алгоритму,
 - руководителем предпринимательской единицы,
 - советов предпринимательской единицы.

А затем внутри конкретных трудовых коллективов.

11. Окончательный выбор коллективных систем оплаты труда (в пределах библиотеки алгоритмов разработанной организацией) проходит на собрании(совете) коллектива предпринимательской единицы.
12. Установление квалификации(тарифной ставки, разряда, оклада) работника, участвующей в распределении заработка проходит на собрании трудового коллектива.

Брэиндинг в деятельности российских предприятий

Чидилян Ани Камоовна

студентка

Удмуртский государственный университет, Россия

E-mail: ani_c@mail.ru

Проблема оценки стоимости брендов встала перед мировым бизнес-сообществом в связи с возрастающим давлением на менеджмент компаний со стороны акционеров. Способ оценки основан на оценке потребительской стоимости, которую бренд добавляет товару. Изменения в характере создаваемой стоимости тесно связаны с изменениями в структуре капитала передовых компаний. Эти компании основывают свою деятельность

не только на финансовых ресурсах, а и на интеллектуальном капитале, так называемый брэндовский капитал, который составляет 30-40%.

В структуре капитала отечественных предприятий доля неосязаемых ресурсов заметно меньше, чем в среднем в развитых странах. Даже у передовых российских предприятий отношение капитализации к восстановительной стоимости их материальных активов редко превышает единицу. Термин “branding” происходит от латинского слова “brand” — тавро, клеймо. “Branding” – “обеспечение покупательского предпочтения к марке среди конкурирующих”. Брэнд выделяет из всех характеристик товара те, которые важны для потребителя, облегчает понимание товара и упрощение выбора [4].

Брэндинг на российском потребительском рынке только начинает развиваться. В последние годы маркетологи уделяют данной проблеме серьезное внимание, так как зарубежные производители активно используют концепцию брэндинга и умело создают стойкие конкурентные преимущества своих товарных марок в сознании наших потребителей (фирмы Procter & Gamble, Samsung, Kodak, Nestle, Coca Cola и многие другие). Современный потребительский рынок — это война товарных знаков. Это заставляет отечественных производителей осознать актуальность проблемы адаптации западной концепции брэндинга к российским условиям.

Российская культура брэндинга еще не сформировалась, но у нее уже есть свои особенности. Значимость проблем формирования и управления торговыми марками на современном этапе в России во многом определяется развитием конкуренции на потребительском рынке и изменением поведения потребителей. Именно специфика покупательского поведения россиян определяет особенности применения концепции брэндинга на отечественном рынке.

Необходимо учитывать:

1. Общий уровень распознавания брэндов у российских потребителей не велик, но он постоянно растет, поэтому Россия — страна, где можно довольно быстро создать и продвинуть новый брэнд: для “раскрутки” брэнда на Западе нужно 20-50 млн. долларов, в России — 4-12 млн.
2. Вследствие стремительного насыщения отечественного рынка потребители не успевают формировать лояльность к определенной товарной марке в связи с постоянным появлением новых товаров, ранее не известных;
3. Брэнд в России в гораздо большей степени, чем на Западе, воспринимается как символ “аутентичности товара” (отсутствие подозрений в незаконной подделке марки);
4. Для создания брэнда в России необходимы мощная рекламная кампания в средствах массовой информации и активное использование наружной рекламы,
5. В сознании отечественного потребителя понятие “брэнд” как бы “расколото” между тремя факторами: страна-производитель, привлекательность упаковки и товарная марка, поэтому название марки должно дополняться сведениями о стране-производителе;
6. Необходимо учитывать национальные традиции и особенности восприятия рекламных обращений российскими потребителями и формировать их таким образом, чтобы они стали более приятными, в частности, для российских потребителей важна “персонифицированность” брэнда, т.е. использование известных личностей для его продвижения[1].

По ряду причин развития концепции брэндинга в России сдерживается:

- недостаточное развитие маркетинговых умений и навыков, отсутствие на предприятиях принципа “марочного управления”, скептическое отношение некоторых российских руководителей к западным технологиям брэндинга;
- хроническая нехватка средств на маркетинг, усугубляющаяся тем, что расходы на рекламу и создание брэндов сверх предельной величины, установленной законодательством, увеличивают налогооблагаемую прибыль предприятий. Этот

дискриминационный по отношению к российским производителям фактор более всего сдерживает продвижение на рынок отечественных брэндов;

- несовершенное российское законодательство по охране товарных знаков;
- оптимальное управление торговыми марками сдерживается отсутствием адекватной формализованной модели, использующей количественные характеристики этапов прохождения торговой марки;
- с помощью брэнда можно управлять ценой продукции. Важную роль здесь играет дистрибьюция. Некоторые компании вообще не имеют оптового звена, способного осуществлять дистрибьюцию, не имеют развитой инфраструктуры розничных продаж. Это существенно ограничивает их сбытовые возможности. Розничные продавцы выбирают тех производителей, на продукцию которых они могут установить большую наценку. Следовательно, чем больше известна торговая марка, тем наценка больше [3].

Несмотря на сдерживающие факторы, брэндинг на российском потребительском рынке развивается, многие отечественные предприятия накапливают все больше опыта, пытаются исследовать потребительское поведение, чтобы определить верный подход к позиционированию своих брэндов.

Литература

1. Дроздов А.В. Стратегическое планирование и управление торговыми марками на Российском рынке. Тамбов, 2003, с. 22
2. Гвозденко А.Н. Организация брэндинга на предприятиях в условиях развития рыночных отношений. Тамбов, 2004, с.26
3. Козлов Д.А. “Продвижение национальных брэндов на региональных рынках” //Маркетинг и маркетинговые исследования, 2002, № 5, С. 67-70.
4. Чернозуб О.Л. “Новый взгляд на стоимость брэнда” //Маркетинг и маркетинговые исследования, 2002, № 1, С. 32-38.

Экономическое обоснование мероприятий по повышению качества и конкурентоспособности продукции

Шадрин Алексей Павлович

Новоуральский государственный технологический институт, Россия

E-mail: dronishi@npi.novouralsk.ru

Для промышленных предприятий обеспечение качества и конкурентоспособности производимой продукции является многогранной проблемой. В данной работе рассматриваются следующие аспекты этой проблемы. Во-первых, на российском рынке услуг по сертификации актуальна проблема проведения единовременной многократной сертификации систем качества. Речь идет о том, что одному и тому же предприятию для обеспечения эффективного продвижения производимой продукции на внутренний и внешний рынки приходится получать несколько сертификатов на систему управления качеством.

По прогнозам зарубежных специалистов после 2005 г. невозможно будет продать на внешнем рынке машинотехническую продукцию без соответствующей международным стандартам безбумажной электронной документации. Электронные технологии поддержки всех этапов жизненного цикла продукции называются CALS-технологиями (Continuous Acquisition and Life Cycle Support). Применение CALS-технологий является чрезвычайно актуальной задачей для повышения конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей. Без применения CALS-технологий у предприятий-производителей наукоемкой продукции просто нет будущего. Дело в том, что, не владея CALS-технологиями, отечественные предприятия не смогут взаимодействовать на одном

информационном языке с отечественными и зарубежными заказчиками и потребителями продукции. Но главное состоит в том, что применение CALS-технологий позволяет значительно снизить себестоимость производимой продукции при одновременном значительном повышении ее качества и удобства эксплуатации.

Первый опыт практического применения CALS-технологий свидетельствует, что отечественные предприятия могут использовать указанные технологии как средство кардинального решения проблемы повышения качества и конкурентоспособности производимой наукоемкой продукции. (Примеры: АО «Туполев», Воронежском механическом заводе, Комсомольском-на-Амуре авиационном производственном объединении, Конструкторском бюро приборостроения (г.Тула), Центральном НИИ технологии судостроения (г. Санкт-Петербург), Уфимском моторостроительном производственном объединении).

В расчете экономии по фактору "повышение качества продукции" учитывается как изменение затрат на изготовление изделий, так и увеличение объема товарной продукция в связи с надбавками к оптовым ценам, связанными с улучшением качества выпускаемой продукции. Мероприятия по повышению качества продукции могут быть связаны с дополнительными затратами, поэтому экономия определяется сравнением затрат до и после внедрения мероприятия по повышению качества продукции.

При определении влияния совершенствования организации и управления производством на издержки производства учитываются прежде всего мероприятия по совершенствованию организации производственного процесса (обеспечение согласованности отдельных звеньев производства, равномерности загрузки оборудования и рабочих, равномерности нарастания выпуска продукции в соответствии с установленными графиками, объемами, номенклатурой и сроками) и мероприятия по совершенствованию систем управления производством.

Выпуск из промышленных предприятий недоброкачественной, нестандартной или некомплектной продукции, а также выпуск в продажу таких товаров в торговых предприятиях наносит ущерб, как всей Российской экономике, так и частности интересам потребителей.

Литература

1. Лазарев В.С., Баталин М.Ю., Управление качеством. Общие понятия о технологии повышения качества, взаимосвязь цены и качества ., М.: УНИИП, 1997, с.189-221;
2. Зайцев Н.Л., Экономика промышленного предприятия, Учебной пособие, Спб, 2001;
3. Ковалев В.В., Финансовый анализ, М., 2001;
4. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р., Экономика, М, 1999;
5. Богдановская Л.А., Виноградов Г.Г., Анализ хозяйственной деятельности в промышленности, 1998.

Возможные подходы к формированию программы производства на промышленном предприятии Шафранская Ирина Николаевна

аспирантка

Пермский филиал института экономики , Пермь, Россия

E-mail: irinashafr@yandex.ru

Центральной функцией в системе управления деятельностью предприятия является планирование. Оно представляет собой процесс подготовки решений о целях, средствах и действиях работников предприятия путем целенаправленной сравнительной оценки альтернативных вариантов действий в ожидаемых условиях [1]. Одним из элементов внутрифирменного планирования является планирование производства, выраженное, в частности, в виде составления программы производства.

Практика организации процесса планирования производства в настоящее время такова, что исходным для большей части предприятий является портфель заказов, разрабатываемый службами, ответственными за продажи. Разработка портфеля заказов ведется на основе оценки спроса на продукцию предприятия, при этом основными методами являются ретроспективный анализ объемов продаж и перспективный прогноз продаж на основе заключенных контрактов. Подход к формированию программы производства на основе портфеля заказов не позволяет выявить все производственные возможности предприятия. Отсутствие альтернативных вариантов программы производства не дает оценки, действительно ли при данной программе производства целевой критерий (например, прибыль) является максимальным.

Классический подход к формированию программы производства заключается в использовании методов экономико – математического моделирования. Постановка задачи в терминах линейного программирования предполагает линейную зависимость между параметрами, например, между объемом производства и затратами, а также отсутствие запаздывания. Возможно, такой подход применим для ряда отраслей, но для анализируемой нами отрасли – полиграфии – применить его не представляется возможным. Мы считаем, что вполне оправданным будет, в данном случае, моделирование динамики простого производственного объекта и на его основе разработка агрегированной модели сложного объекта.

Следуя [2], под простым производственным объектом будем понимать технологический объект, производящий однородную продукцию, входами которого являются потоки основных и оборотных фондов и трудовых ресурсов, а выходом – поток готовой продукции, представляющий скалярную функцию. Таким образом, простой производственный объект может производить продукцию только строго определенного типа. Под потоком будем понимать некоторую количественную характеристику, приведенную к единице времени, например, килограммов в месяц, штук в час и т.д.

Простой производственный объект описывается следующими параметрами:

Мощность производственного объекта $y(t)$ – максимальный объем продукции, который объект может выпускать в единицу времени в момент t (скалярная величина). Единицы измерения, например, шт./час. Мощность производственного объекта прямо пропорциональна количеству единиц технологического оборудования (станков, машин) определенного типа и определяется по формуле:

$$y(t) = pr * kS(t) = pr * \int_{-t^{zn}}^t (vS(s) - vS(s - t^{zn})) ds, \quad (1)$$

где pr – производительность оборудования, $kS(t)$ – количество функционирующих единиц оборудования, t^{zn} – период полного износа оборудования, $vS(s)$ – количество единиц оборудования, введенных в момент s . В модели предполагается, что на протяжении всего периода износа мощность оборудования не изменяется, по окончании данного периода оборудование списывается.

Выпуск продукции $x(t)$ – количество продукции, выпускаемое объектом в единицу времени в момент t (скалярная величина). Выпуск определяется в натуральных показателях.

Материальные затраты $M(t), \mu(t)$ – потоки материальных затрат определяется по формуле:

$$M_{g_1}(t) = NM_i \cdot x(t), \quad g_1 = 1, \dots, m_1$$

$$\mu_{g_1}(t) = \theta \left(\frac{\int_0^t x(s) ds}{N\mu_i} \right), \quad g_2 = 1, \dots, m_2 \quad (2)$$

где NM_i – норма расхода, $N\mu_i$ норматив расхода, $\theta()$ – округление числа до ближайшего целого, большего аргумента функции. Материальные затраты определяются в натуральных показателях.

Трудовые ресурсы $L(t)$ – поток трудовых ресурсов определяется по формуле:

$$L_j(t) = \frac{X(t)}{NL_j}, \quad j = 1, \dots, l_1 \quad (4)$$

$$L_j(t_k) = kS(t_k) \cdot NL_j, \quad j = l_1 + 1, \dots, l, \quad t_k = t_{обсл} \cdot k, \quad k = 0, 1, 2, \dots \quad (5)$$

где NL_j – норма выработки для первых l_1 элементов вектора $L(t)$ и время на обслуживание единицы основных фондов для следующих элементов; $t_{обсл}$ – период обслуживания.

Динамика простого производственного объекта:

Основываясь на проведенном анализе зависимостей, динамика простого производственного объекта была описана нами следующим образом:

$$\left\{ \begin{array}{l} kS(t) = \int_{-t_{изн}}^t (vS(s) - vS(s - t_{изн})) ds \leq KS_{\max} \\ y(t) = pr \cdot kS(t) \\ 0 \leq x(t) \leq y(t) \\ M_{g_1}(t) = NM_i \cdot x(t), \quad g_1 = 1, \dots, m_1 \\ \mu_{g_1}(t) = \theta \left(\frac{\int_0^t x(s) ds}{N\mu_i} \right), \quad g_2 = 1, \dots, m_2 \\ L_j(t) = \frac{x(t)}{NL_j}, \quad j = 1, \dots, l_1 \\ L_j(t) = kS(t) \cdot NL_j, \quad j = l_1 + 1, \dots, l, \quad t = t_{обсл} \cdot k, \quad k = 0, 1, 2, \dots \\ y(t), vS(t) \geq 0, \quad vS(t) - \text{целое} \end{array} \right. \quad (6)$$

Введение стоимостных характеристик, ограничений, критерия качества, позволяет сделать постановку задачи оптимального управления для системы производственных объектов. Решение такой задачи представляет собой определение такой программы производства, при которой прибыль была бы максимальной с учетом имеющихся ограничений.

Литература

1. Ильин А.И. Планирование на предприятии. Учебное пособие в 2 ч. М.: 2000.
2. Сиразетдинов Т.К. динамическое моделирование экономических объектов. Казань, 1996.

Система стратегического управления, как экономическая категория

Штучко А.В.

аспирант года обучения

Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова, Россия

E-mail shtuchko@mail.ru

Стратегическое управление — это комплекс мероприятий, включающий анализ потенциала фирмы и внешней среды, формулировку миссии и основных целей, разработку стратегий, формирование стратегических планов, управление их реализацией.[4]

На наш взгляд, в системе стратегического управления сельскохозяйственными предприятиями необходимо выделить следующие основные элементы:

- антикризисное управление;
- диверсификация производства;
- стратегическое партнерство;
- формирование маркетинговой стратегии предприятия;
- стратегическое планирование;
- стратегическое управление рисками.

Рассмотрим элементы стратегического управления предприятиями.

1. Антикризисное управление.

Антикризисное управление предприятием - процесс своевременной диагностики симптомов, факторов и причин приближающегося кризиса, определения вида (природы) кризиса и фазы, в которой он находится; и на этой основе разработки и реализации, антикризисных мер - экономически и социально обоснованных управленческих решений предотвращения и преодоления нежелательных последствий кризиса для предприятия.

Механизм антикризисного управления представляет собой процесс реализации потенциала предприятия и состоит из последовательных действий: диагностики состояния предприятия, реструктуризации производства, совершенствования организационной и управленческой структуры, оптимизации параметров предприятия, выбора наиболее эффективной технологии, организации планирования на основе использования бюджетов, разработки и реализации кадровой и финансовой политики.

Антикризисное управление предполагает реструктуризацию производственной, управленческой и финансовой сферы предприятия, представляет комплексное управление предприятием, включающее планирование, организацию, мотивацию и контроль.

2. Диверсификация.

Диверсификация сельхозпредприятий более эффективна при сочетании таких отраслей, которые в различной степени зависимы от природных факторов, имеют противоположную динамику цен. Большое значение имеет развитие несельскохозяйственных видов деятельности[1]. Диверсифицированное производство характерно преимущественно для предприятий рыночного типа, которые могут быстро установить новые коммерческие связи, а у предприятий маркетингового типа, имеющих возможность влиять на формирование спроса, в производстве должны преобладать изделия, близкие по способу и месту потребления. Важный фактор выбора типа диверсификации предприятия - обеспечение его устойчивости.

3. Стратегическое партнерство

Стратегическое партнерство, основывается на принципе договорных и управляемых вертикальных маркетинговых систем, суть которых сводится к функционированию предприятий производства, переработки и реализации как единой системы. Экономический эффект от заключения партнерских договоров достигается за счет углубления специализации предприятий, повышения качества и конкурентоспособности продукции, снижения издержек, в том числе на реализацию продукции, определения приоритетных направлений инвестирования, внедрения достижений научно-технического прогресса во все отрасли, решения социальных вопросов и прежде всего повышения мотивации к труду, материального обеспечения каждого работника в соответствии с его трудовым, имущественным и денежным вкладом[2].

4. Формирование маркетинговой стратегии предприятия.

Формирование маркетинговой стратегии сельскохозяйственного предприятия позволяет в оптимальные сроки реализовывать продукцию на всех сегментах рынка с наибольшей выгодой для товаропроизводителя, производить конкурентно способную и

высококачественную продукцию, пользующуюся наибольшим спросом на рынке, по экономически выгодным ценам.

5. Стратегическое планирование.

Стратегическое планирование на сельскохозяйственных предприятиях направлено на наращивание социально-экономического потенциала предприятия и, в частности, на обеспечение устойчивого развития предприятия (или реализуемого на нем бизнеса) и подготовленности к возможным нежелательным изменениям в сфере жизнедеятельности предприятия. Стратегические плановые решения, имеющие кардинальное значение для предприятия, рассчитаны, естественно, на длительную перспективу и влекут за собой долговременные и необратимые последствия.

6. Стратегическое управление рисками.

Стратегическое управление рисками предполагает подход к риску не как статистическому и неизменному фактору, а как к управляемому параметру, на уровень которого возможно и нужно оказывать воздействие с целью его минимизации или компенсации. Процесс стратегического управления рисками базируется на анализе самих рисков, является непрерывным и осуществляется с помощью мониторинга развития ситуации и необходимых корректирующих воздействий[3].

Методы стратегического управления рисками представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Классификация методов стратегического управления риском

Рассмотрев основные элементы системы стратегического управления сельскохозяйственными предприятиями, следует заметить что, элементы любой системы неразрывно связаны между собой. В том случае, когда в системе стратегического управления не учитывается хотя бы один из элементов, система становится или слабо управляемой или стихийно развивающейся.

Библиография

1. Градинарова М. "Диверсификация агропроизводства" // Экономика сельского хозяйства России, 2003, №9, С. 9.
2. Денин Н. "Эффективность агропромышленной интеграции на микроэкономическом уровне" // АПК: экономика, управление, 2003, №10, С. 44-51.
3. Райзберг Б.А. Предпринимательство и риск. М.: Знание, 1992, С. 64.
4. Уткин Э.А. Управление фирмой. М.: Акалис, 1996.

Проблемы оценки инновационного потенциала промышленного предприятия

Шляхто Ирина Вячеславовна

аспирантка

Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского, Брянск, Россия

E-mail: tatarin-77@yandex.ru

Одним из наиболее существенных элементов системы инновационного процесса является инновационный потенциал, отражающий способность к усовершенствованию или обновлению системы, определяющий техническое лидерство. Существует большое количество определений инновационного потенциала. Автор придерживается следующей формулировки: инновационный потенциал предприятия - это не только возможность по созданию новшеств, осуществлению инноваций, но и готовность воспринять эти нововведения для последующего эффективного использования на уровне, соответствующем мировому. В литературе нередко предлагаются методики оценки инновационного потенциала без представления его структуры, что на наш взгляд неправомерно.



Рис. 1. Сегментарная структура инновационного потенциала

Каждая составляющая инновационного потенциала оценивается по ряду параметров, часть из которых приводится ниже:

Ресурсный блок.

- 1) Производственно – технологический потенциал
 - применяемые технологии и их тип;
 - состояние ОПФ
 - технологическое обслуживание;
 - компьютерные системы;
 - оборудование и материалы;
 - система качества и т.д.
- 2) Кадровый потенциал:
 - численность, структура и состав персонала;
 - квалификация персонала;
 - система обучения и повышения квалификации
 - система оплаты труда, мотивации
- 3) Информационный потенциал:

- совокупность информации по инновационной деятельности, научно-техническая, правовая литература;
- инновационные возможности в области коммуникации;
- компьютерные системы.

Информация должна обладать следующими характеристиками: своевременность, доступность, надежность, комплексность, правовая корректность, актуальность.

4) Финансовый потенциал:

- объёмы государственного, местного, муниципального финансирования в рамках программ; договоров – заказов и др. источников финансовых ресурсов,
- величина прибыли и денежной наличности;
- состояние финансовой отчётности.

Работая над сбалансированностью видов ресурсов, над совершенствованием их пропорций, предприятие улучшает свои организационные возможности, может влиять на размеры инновационного потенциала.

5) В центре схемы расположен научно-технический потенциал. Он опирается на ресурсный блок и тесно связан с ним. Научно – технический потенциал включает:

- изобретения, товарные знаки, промышленные образцы, ноу–хау;
- новшества, которые могут быть предложены к использованию;
- инновационные программы и проекты.

Без следующих сегментов невозможно превращение новшеств, полученных в результате работы в нововведение.

6) организационная составляющая инновационного потенциала:

- организация процесса планирования, принятия решений, контроля, системы коммуникаций, сбыта;
- сеть научно – технических учреждений, проектно-конструкторских, инновационных предприятий, с которыми сотрудничает рассматриваемый объект.

7) управленческий потенциал:

- современные формы управления инновационной деятельностью;
- создание оптимальной организационной структуры и системы менеджмента;
- система стратегического и тактического планирования, методы и порядок контроля

8) Инновационная культура – готовность предприятия, персонала, руководящего звена воспринимать получение новшества, переводить их в нововведения, учитывать неудачи и адаптироваться к изменениям окружающей среды.

9) Потребительский сегмент инновационного потенциала является одним из наиболее важных его компонентов. Именно в нём оценивается, насколько данная новация нужна потребителю, и будет ли она иметь возможность дальнейшего распространения и использования. Потребительский сегмент включает в себя:

- всех юридических и физических лиц, которые с одной стороны являются потребителями инноваций, с другой – иницируют их появление через спрос.
- потенциал маркетинга, где оцениваются возможности данной новации, происходит поиск рынков сбыта, потребителей, формируется ценовая политика, организуется сбыт, послепродажное обслуживание, реклама.

В связи с тем, что инновационный потенциал рассматривается как способность и готовность предприятия к производству новшеств и нововведений, предложенную выше схему необходимо дополнить (рис. 2).

Такое представление структуры инновационного потенциала и параметров его оценки, на наш взгляд, обеспечит глубокий, комплексный анализ инновационного потенциала.

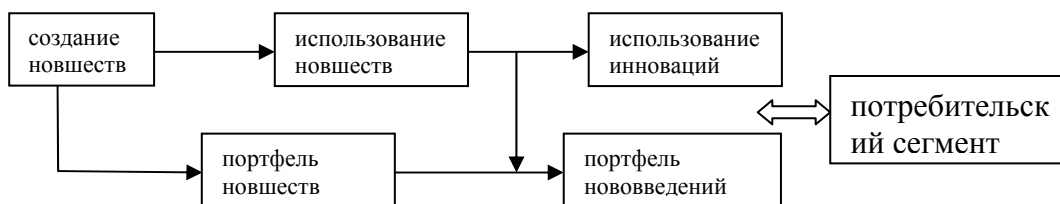


Рис.2. Структура инновационного потенциала

Брендинг и надбрендинговая концепция как стратегии предприятия

Шумыло Ирина Алексеевна

студентка

Киевский национальный экономический университет Украины, Украина

E-mail: kuniko-java@mail.ru

Брендинг – это искусство и наука создания и продвижения торговых марок. Большинство маркетинговых агентств пропагандируют брендинг как неотъемлемую часть экономического, культурного и духовного развития современного общества. Главная задача бренда — "привязать" потребителя к товару. А также подарить ему иллюзию, что только владея этим товаром, можно получать выгоды и положительные эмоции. В нашем современном обществе на брендинг все больше и больше влияют дети и подростки, которые стали достаточно могущественной группой потребителей. За последние пять лет покупательная способность детей увеличилась на 45-50%. Все чаще дети самостоятельно, без родителей, покупают необходимые им товары, а привлекательность рынка детских товаров растет с каждым годом (количество денег, которые тратят, например, американские подростки в год, оценивается в \$20 млрд). К тому же подростки — активные лоббисты, когда дело касается торговых марок. Также подростки оказывают сильное влияние при выборе товаров для дома, для семьи. Причем юные покупатели участвуют при принятии решений о таких крупных приобретениях, как легковые автомобили, модная мебель и одежда для взрослых.

Исследования показали, что 23% брендовых предпочтений в детстве остаются и во взрослые годы. Ностальгия и детские ассоциации могут оказывать сильное влияние на приверженность к «взрослым» брендам .

Ученые выстроили специальную пирамиду преданности ребенка к определенной торговой марке, в основе которой находится привязанность, преимущества, качество, и наличие товара. В основном , в 2/3 случаев взрослые и дети привязаны к одним и тем же маркам. Эксперты утверждают, что успехом у детей и подростков будут пользоваться бренды, вызывающие определенные чувства и эмоции: страх, фантазии, власть, юмор, любовь, стабильность. Еще пять лет тому назад телевизионные рекламные ролики, печатная реклама выступали основными площадками для позиционирования брендов. Но многие эксперты считают, что эра их доминирования ушла в прошлое. Дети становятся главными участниками процесса создания будущих торговых марок не под средством рекламы, а при помощи сообществ, возникающих вокруг интересов детей, и которые дают возможность взаимодействовать и общаться совершенно новыми способами и в мировом масштабе. Примерами могут служить всемирное сообщество энтузиастов LEGO и неофициальный клуб Гарри Поттера.

Поскольку, дружба сейчас формируется вокруг спорта и хобби, то очень важно, чтобы торговая марка стала принадлежностью того или иного сообщества, своего рода визитной карточкой, которую можно предъявить представителям другой группы.

Как показывает практика брендинг не является панацеей. В современных тенденциях некоторые маркетинговые компании выработали альтернативное мнение о

роли брендинга или так называемую надбрендинговую концепцию. Раньше аксиомой было то, что без бренда товар не мог удержаться на рынке. Сейчас брендинг не является единственным универсальным средством для увеличения продаж.

Главный аргумент в пользу надбрендинга — экономия на рекламе. В среднем продвижение товара без брендинга обходится в 4-5 раз дешевле. Никто из потенциальных участников надбрендинговой коалиции не отрицает полезность и в некоторых случаях необходимость брендинга. Хотя использование брендинга в Украине во многих случаях все-таки преждевременно по следующим причинам.

Во-первых, в Украине нет жесткой конкуренции, которая бы потребовала особого выделения товара на внутреннем рынке. Украинскому производителю только тогда понадобится прибегать к брендингу, когда на полках магазинов появится определенное количество товаров одинакового качества по одной и той же цене. При наявности не менее 5-7 аналогичных торговых марок товар может потерять свою уникальность.

Во-вторых, в нашей стране до сих пор не сформирован средний класс потребителей. И большинство украинцев при выборе товара ориентируются на его цену. Среднестатистический потребитель не готов платить за «обещания», которые сулит бренд.

В-третьих, неразвитость национальных торговых сетей и сетей дистрибуции часто приводит к серьезным различиям в представленности марок в рознице. По мнению специалистов, иногда достаточно организовать налаженную систему дистрибуции плюс предъявить товар в большем количестве готовых точек — и необходимость в брендинге как таковом отпадает.

В-четвертых, от необходимости вложения огромных средств в продвижение бренда может страдать качество продукции. Многие украинские потребители отмечают такую тенденцию: на этапе начального продвижения торговой марки ее качество, как правило, отменное. По истечении же определенного времени качество продукции ухудшается, поскольку производителю приходится экономить на других составляющих цены товара. В результате снижается доверие к бренду. Кстати, к подобной экономии прибегают и западные производители. В частности, они экономят на стоимости рабочей силы — открывают производственные линии в странах с развивающейся экономикой. Часто это сказывается на качестве товаров. Еще вопрос, что предпочтет потребитель — продукцию известной торговой марки, произведенную в Китае, или менее раскрученный товар, изготовленный в высокоразвитой стране.

Для украинских производителей брендинг не всегда нужен. То есть не всегда нужно идти этим путем, а выбирать более подходящие альтернативы, такие как исследования потребительских вкусов, а особенно предпочтения детей и подростков, разработка товаров, совершенствования дистрибуции и снижения расходов на производство.

Литература

1. Тополь Н. «Брендовые идеи» // Бизнес, 2004, №44, с. 95-98.
2. Rolend T., K.N. Lemon «Customer-centered brand management» // Harvard Business Review, 2004, september 1.
3. Mitchell C. «Selling the Brand Inside» // Harvard Business Review, 2002, january
4. Линдстром М., Сейболд П. Детский брендинг. СПб., 2004, с. 18-20, 25.

Жизненный цикл как определяющий фактор обеспечения инвестиционной привлекательности транспортного предприятия

Щеглова Ирина Валерьевна

аспирантка

Санкт-Петербургский Государственный Инженерно-Экономический Университет

E-mail: chegloliv@mail.ru

Транспортная отрасль характеризуется тесной взаимосвязью с экономикой страны. Без нее невозможно реальное функционирование ни одной отрасли, вовлечение новых

ресурсов в хозяйственный оборот. Однако при осуществлении своих функций в соответствии с ожиданиями потребителей и выполнении определенной роли в экономике страны автомобильный транспорт, как и транспорт в целом, сталкивается с такой немаловажной проблемой, как сохранение тенденции старения основных производственных фондов и нарастающего отставания от развития зарубежных стран в общем уровне транспортных технологий. Объем реальных инвестиций пока еще не может быть оценен как достаточный для полного осуществления политики обновления основных фондов. Основой снижения инвестиционного дефицита является обеспечение инвестиционной привлекательности транспортного предприятия.

Руководители транспортного предприятия при осознании необходимости в привлечении инвестиций должны четко представлять, что инвесторы - это довольно широкий круг субъектов рынка, имеющих различные цели, приоритеты, принципы принятия инвестиционных решений и отношение к рискам. Возникает вопрос, какие инвесторы заинтересованы и готовы вкладывать свои средства в такую отрасль инфраструктуры, как транспорт. С другой стороны менеджерам автотранспортных предприятий далеко не безразлично то, кто может и готов выступать в роли инвестора. Предпочтения транспортного предприятия в выборе инвесторов и методов их привлечения должны базироваться на достаточно глубоком понимании наиболее актуальных проблем своего предприятия и особенностей его развития.

Как правило, при оценке инвестиционной привлекательности объектов инвестирования потенциальные инвесторы руководствуются субъективно подобранными критериями. При этом используется моментный срез данных, характеризующих состояние объекта инвестирования, в то время как предприятие неизбежно претерпевает изменения своего финансово-экономического состояния в процессе жизненного цикла. При принятии управленческих решений, как для самого транспортного предприятия, так и для инвестора, очень важно максимально точно определить на какой стадии жизненного цикла находится предприятие на данный момент. В связи с этим, возникает необходимость исследования жизненного цикла транспортного предприятия и выделения его отдельных стадий, а также необходимость определения критериев идентификации фазы развития предприятия, что и предопределило цель нашего исследования.

На основании обобщения результатов исследований жизненного цикла и с учетом особенностей развития транспортного предприятия нам представляется целесообразным выделить следующие стадии: зарождение, рождение, рост, зрелость (которая в свою очередь состоит из расцвета и стабилизации), старение, смерть. В качестве одного из основных параметров идентификации этих циклов является время, вторым предлагается интегральный проциклический показатель, который определяет совокупную тенденцию динамики основных показателей работы транспортного предприятия.

Необходимо отметить, что оптимальным периодом жизненного цикла предприятия является фаза стабилизации, после которой начинается фаза его старения. Однако, предприятие может находиться на стадии зрелости, не впадая в старение, бесконечно долго, благодаря инновациям. Существенные инновации немислимы сегодня без крупных инвестиций, а высокоэффективные инвестиции - без инноваций. С этой точки зрения следует отметить особую роль инвестиций в выравнивании жизненного цикла предприятия.

Таким образом, структурирование жизненного цикла транспортного предприятия позволит определить наиболее актуальные проблемы, которые возникают при его развитии, а также принять соответствующие эффективные управленческие решения, определяющие инвестиционную политику предприятия.

Корпоративная система управления проектами
Яблоков Андрей Владимирович

аспирант

Ростовский Государственный Университет, Россия

E-mail: yablokov@empils.ru

Система управления, ориентированная на управление неизменными технологическими процессами не обеспечивает менеджера необходимой информацией в случае, когда требуется планирование и управление проектами. Внедрение единой системы планирования и управления проектами позволяет существенно повысить эффективность реализации проектов. В основе методов планирования и управления проектами лежит предположение, что всю деятельность можно разбить на небольшие, поддающиеся контролю задачи. И тогда всю формальную информацию, используемую менеджером, можно свести к информации о задачах, которые необходимо выполнить для достижения поставленных целей, и ресурсах, которые потребуются для выполнения этих задач.

Система управления проектами представляет собой организационно-технологический комплекс методических, технических, программных и информационных средств, направленный на поддержку и повышение эффективности процессов планирования и управления проектом, в основе которого лежит программное обеспечение календарного планирования. Система управления проектами (УП) содержит набор функциональных средств, которые помогают менеджеру спланировать работы, получив временные, ресурсные и стоимостные оценки для комплекса работ, а затем, в процессе их выполнения, отслеживать ход работ и корректировать план. Рассматриваемые как группа связанных методов, они являются основой для информационных систем, которые моделируют комплекс работ и потребности в ресурсах. Эти методы используют оценки требуемых объемов работ, и позволяют менеджеру регулировать выполнение работ по времени, стоимости, составу работ, качеству и организационной структуре исполнения.

Тщательно составленная информационная модель предоставляет возможность руководству и членам команды принимать приемлемые и обоснованные решения на протяжении всего проектного цикла. Соответствующая организация управления обеспечивает построение процедур анализа качества выполнения работ, которая фокусирует внимание руководства на достижении поставленных целей.

Универсальные системы планирования базируются на следующих группах функций, позволяющих решать проектные задачи:

1. Средства описания комплекса работ проекта, связей между работами и их временными характеристиками.
2. Средства поддержки информации о ресурсах и затратах по проекту и назначения ресурсов и затрат отдельным работам проекта.
3. Средства контроля за ходом выполнения проекта.
4. Графические средства представления структуры проекта, средства создания различных отчетов по проекту.

Внедрение эффективно организованной системы управления проектами на предприятии позволяет узкому кругу лиц (вплоть до одного человека) контролировать и отслеживать все проектные производственные процессы, управлять временными и финансовыми ресурсами, управлять рисками проекта.

О сущности государственной инновационной политики

Степаненко Дмитрий Михайлович

аспирант

Белорусский государственный экономический университет, Минск, Беларусь

E-mail: erstesieger@mail.ru

Как самостоятельное направление государственной политики целенаправленное стимулирование нововведений – так называемая «инновационная политика» –

сформировалась в конце 60-х — начале 70-х годов прошлого века. Термин "инновационная политика" был впервые использован в известном «докладе Чаприе» ("Технологические нововведения: управление и условия осуществления"), подготовленном Министерством торговли США в 1967 году.

Инновационная политика является более широким понятием, чем научно-техническая, которая традиционно сводится к выбору приоритетов в науке и технике. Вместе с тем, инновационная политика так или иначе затрагивает науку, технику, экономику, предпринимательство и управление. Инновационная политика внутренне связана с научно-технической, ориентированной на формирование условий для создания продукта, потенциально способного стать инновацией. В то же время более широкое содержание первой обуславливается тем, что инновационная политика как бы включает в себя научно-техническую, поскольку охватывает сферу не только создания инновационного продукта, но и его возможной коммерциализации, производственного применения. Инновационная политика государства ориентирована на обеспечение положительного эффекта от реализации инноваций как источника развития, на создание условий для развития страны на их основе. Объективно ее реализация направлена на обеспечение более высоких по сравнению с существующими масштабов новаторской активности на территории государства, что способно позитивно сказываться на конкурентоспособности субъектов хозяйствования страны.

Инновационная политика осуществляется государственными органами, которые выступают от имени государства, являются носителями его воли. Она включает в себя многообразие мероприятий, предпринимаемых указанными органами, ориентированное, с одной стороны, на стимулирование национальных субъектов хозяйствования разрабатывать и внедрять инновации, а, с другой стороны, на создание условий для прогрессивного технологического развития народного хозяйства страны. При этом важным представляется обратить внимание на то, что создание указанных условий предполагает в том числе реализацию и таких мероприятий со стороны государства в лице его соответствующих органов, фактическое осуществление которых имеет место за пределами страны, то есть на территории других государств. Примерами подобного рода являются, в частности, финансирование со стороны национального государства патентования отечественными предприятиями за рубежом принадлежащих им объектов интеллектуальной собственности, а также разведывательная деятельность в сфере технологий с целью последующего использования полученной в результате ее осуществления информации в интересах развития национальной экономики.

Для адекватного определения термина "инновационная политика" представляется целесообразным выделить наиболее общие признаки, присущие ей. К таковым могут быть отнесены:

- 1) осуществление инновационной политики государством в лице его соответствующих органов;
- 2) стимулирующее воздействие на субъекты экономики с целью разработки и внедрения ими инноваций;
- 3) широкий спектр мероприятий (соответствующее налоговое и амортизационное стимулирование, защита прав на интеллектуальную собственность и т. п.), составляющих содержание указанной политики;
- 4) экстерриториальный характер инновационной политики, отсутствие каких-либо территориальных границ ее реализации.

Таким образом, инновационную политику государства следует определить как широкую совокупность мероприятий органов государственной власти, имеющих экстерриториальный характер и направленных на обеспечение стимулирующего воздействия на субъектов экономики с целью выпуска ими новых конкурентоспособных видов продукции, разработки и внедрения новых прогрессивных технологий, новшеств

организационного, экономического, социального и иного характера, а также на создание условий для прогрессивного технологического развития народного хозяйства страны.

Инвестиционные особенности развития фармацевтического бизнеса России

Толстомятенко Мария Анатольевна

студентка

Государственный университет управления, Москва, Россия

E-mail: tolst_ma@rambler.ru

Внедрение рыночных механизмов в фармацевтическую деятельность повлекло за собой развитие двух возможностей инвестирования – в производство и в дистрибьюторскую сеть. Разница между этими двумя потенциальными объектами капиталовложений состоит в первую очередь в том, что дистрибуция уже является в настоящее время высоко прибыльной отраслью. Именно она является гарантом стабильности, фактическим кредитором как розницы (в виде товарного кредита), так и производства (в виде предоплаты за еще не произведенные лекарственные средства). Сейчас в России уже вполне сформировалась группа крупных оптовых компаний, которые можно назвать “национальными дистрибьюторами”, например, ЦВ “Протек”, ЗАО “СИА ИНТЕРНЕЙШНЛ”, “Шрея Корпорэйшнл”, “Россиб Фармация”. Их доля в общем объеме фармацевтического рынка довольно велика (47%), а ассортимент лекарственных средств - порядка 2000–4000 препаратов, большинство из которых импортные. А это, сдерживает развитие отечественного индустриального сектора и, тем самым, возможность обеспечения импортозамещения.

Некоторую активность по инвестированию в производство в России проявляют восточно-европейские фирмы, которые понимают, что отсутствие их инвестиций в производство в России приведет к потере их доли рынка. Так, открыла предприятие в России венгерская компания “Гедеон Рихтер”. “КРКА” (Словения), и “Хемофарм” (Сербия и Черногория) строят новые предприятия. В качестве примеров привлечения инвестиций для создания производств “с нуля” можно назвать “Фармсинтез” (Санкт-Петербург); “Макиз-Фарма” (Москва); “Югра-Фарм” (Тюмень); “Биокад” (Московская обл.); “Медико-технологический холдинг” (Москва) и некоторые другие.

В последнее время стало заметно повышение активности российских компаний на рынке заимствований. В 2003 году сеть аптек “36,6” разместила акции своего предприятия на открытом биржевом рынке, а холдинг “Отечественные лекарства” вышел на рынок заимствований при помощи облигационного займа на общую сумму 340 млн. рублей. Привлеченные средства планировалось направить на переоборудование по стандартам GMP крупного предприятия холдинга - “Красфарма”.

Российский рынок - это рынок брендированных и небрендированных дженериков, где 55% производства составляют так называемые “старые дженерики” - неэффективные, морально устаревшие препараты. Значительная доля лекарственных препаратов импортного производства на российском рынке объясняется, прежде всего, недостаточностью производства ЛС в полном объеме, качестве и ассортименте предприятиями отечественной промышленности, отсутствием баз НИОКР для разработки оригинальных препаратов, а также недостаточной эффективностью ряда отечественных препаратов. Также высока доля фальсифицированных препаратов – около 10%, что соответствует объему в 300 млн. долл. С этой целью, а также для интеграции российской фармотрасли в мировую, с 2005 года предусмотрен переход предприятий на систему международных стандартов по производству ЛС – GMP. Уже 450 из 800 предприятий отрасли провели самоинспекцию и составили планы поэтапного внедрения GMP. На ряду с мелкими предприятиями в отрасли сформированы интегрированные бизнес-группы в виде ФПГ: “Микроген”, “ICN Фармасьютикалс”, “Отечественные лекарства”,

“Верофарм”, на долю которых приходится 43% производимых ЛС. При этом наблюдается низкая степень концентрации рынка — в секторе внутреннего производства и в секторе оптовых продаж (450 производителей, 2 тысячи дистрибьюторов). В западных странах на долю трех крупнейших дистрибьюторов приходится от 50% до 80% всех оптовых продаж, в России — не более 27%.

Отечественная фармпромышленность характеризуется неполной загрузкой существующих мощностей. Но тому есть объективные причины: значительная изношенность (до 70%) основных средств и оборудования, а производственные помещения не соответствуют требованиям стандарта надлежащего производства — GMP. Культура производства невысока, качество выпускаемых препаратов не является приоритетом. Но, в ближайшем будущем фармотрасли пророчат резкий рост, в связи с предполагаемым ростом платежеспособного спроса на внутреннем рынке. Это вызывает потребность у фармацевтических компаний перестраиваться, адаптироваться к изменению внешней среды. Поэтому можно считать, что реструктуризация бизнес-процессов - один из существенных факторов повышения инвестиционной привлекательности фармбизнеса. Так, ОАО "Нижфарм" интенсивно и последовательно реализует программу реструктуризации в полном соответствии с международными стандартами ИСО.

Одной из перспективных особенностей фармрынка является тенденция создания нового формата сотрудничества: стратегический альянс в цепочке производитель—дистрибьютор—аптека; фармрынок может получить не только новую схему финансирования, но и прозрачность товародвижения — это лучший способ защиты от “серого” товара. Примером такого альянса может служить завод “Верофарм” и группа компаний “36’6” с развитой аптечной сетью.

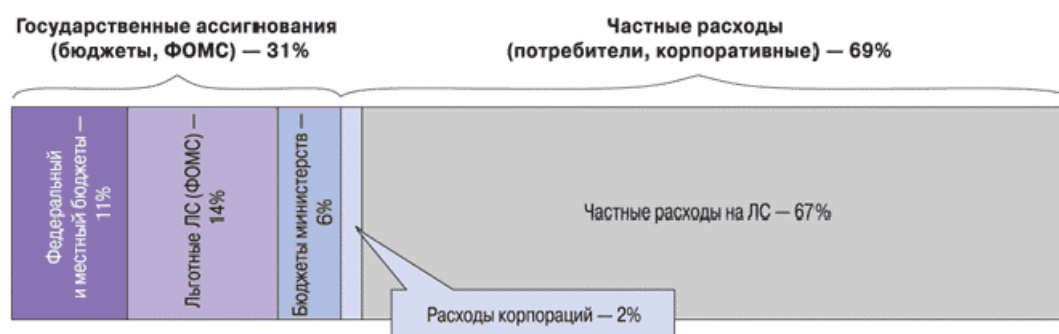


Рис.1. Структура рынка по основным типам финансирования (2003 г.)

Отличительной чертой российского химико-фармацевтического рынка является его разделение на два сектора (рис. 1):

- бюджетно-зависимый (финансирование оплаты лекарств осуществляется из бюджетов всех уровней – 31%);
- небюджетный (рыночный) (оплата лекарственных средств осуществляется за счет потребителя из собственных средств - 69%).

Поэтому, с учетом мирового опыта, государство должно разработать систему мер по выводу отечественной фармотрасли на качественно новый уровень развития:

- регулирование ценнообразования на ЛС;
- стандартизация и сертификация на всех стадиях обращения ЛС;
- налоговая и таможенная политика;
- инвестиционная и инновационная политика;
- политика в области подготовки профессиональных кадров;
- регулирование закупок ЛС госпитальным сектором, финансируемых за счет бюджетов всех уровней.

Концепция брендинга на Российском рынке

Галстян Армен Шагенович

аспирант-20 года, ,

Ставропольский государственный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: Armen83@rambler.ru

Все больше внимания руководители предприятий уделяют созданию торговых марок, и управлению ими (брендингу) и т.д. Цель брендинга — создание продаваемого имиджа. Зачастую для представителей многих отраслей можно констатировать, что брендинг — оптимальный инструмент удержания своих позиций на рынке и дальнейшего роста (в т.ч. увеличения прибыли). Особенно полезным он может быть для компаний, которые меняют акценты в конкурентной стратегии: с тотального снижения затрат на увеличение прибыли, доли на рынке. В то же время, сильный бренд наиболее труден для имитации конкурентами равновесного уровня, что защищает позиции компании.

В основе системы управления брендом в ведущих компаниях заложены четыре основных принципа.

Первый принцип — наличие обмена информацией между производителями и потребителями. Базируясь на информации о потребителях, производителям пытаются понять, какие характеристики должны быть достигнуты продуктом. Отрегулированный процесс маркетинга в компании обеспечивает продажи, используя все способы рекламы и создания наиболее эффективных методов и средств распространения. Успешность продажи зависит от наличия конкурентного преимущества компании в доступе к ресурсам, в специализации, в скорости обучения, а также от копирования наилучших образцов.

Второй принцип — ориентированность на целевой рынок. Необходимо идентифицировать и выбрать целевой рынок (или группу потребителей), разработать и реализовать продуктовую стратегию для удовлетворения их потребностей. Спрос диктует необходимость создавать продаваемые торговые марки.

Потребители стараются приобретать продукцию известной торговой марки в случае, если: 1) необходимо сервисное обслуживание товара (его эксплуатация); 2) сложный продукт; 3) небольшой срок службы товара; 4) потребитель персонально заинтересован в определенной категории продукта; 5) потребитель незнаком с определенной категорией продукта; 6) брак товара в продукте может создать большие проблемы для потребителя; 7) дорогой продукт; 8) информация о продукте трудно доступна; 9) продукт новый на рынке; 10) короткий цикл обновления продукта; 11) у потребителя нет времени для оценки альтернатив.

Третий принцип — четкая концепция позиционирования продукта на рынке. Продукт-товар или сервис-предложение — это набор материальных и нематериальных свойств, созданных для удовлетворения потребностей потребителей. Так, продукт зачастую обладает лучшими свойствами, чем его оценивает потребитель. Необходимо связывать тестовые маркетинговые программы с требованиями на потенциальных рынках, используя соответствующее интервьюирование, фокус - группы, анализ поведения потребителей и т.д. В практике нередко бывали случаи, когда предприятие делало акцент на улучшении тех свойств продукта, которые в действительности имели небольшое значение для потребителей. Вкладывались ресурсы в улучшение этих свойств. Одно предприятие, базируясь на ошибочном представлении о важности для потребителя имиджа поставщика основного вида сырья, разработало и запустило программу продвижения марки, в которой были заложены четкие "сообщения" о дифференциации товара по используемому в нем сырью, т. е. производитель выделил свой товар на основании содержания в нем уникального сырья, произведенного предприятием солидной репутации. Объективно достаточно трудно подсчитать все потери компании. Только разница между возможными более низкими затратами на упомянутое сырье плюс затраты на разработку и внедрение программы продвижения могут составить 1/14 от прибыли компании за год.

Четвертый принцип — соответствующий представлениям целевой аудитории дизайн продукта. Производители должны определить компоненты, которые будут воплощены в продукте. Продукт состоит из двух условных компонентов. Основной компонент (носитель ключевых свойств) генерирует выгоду — материальную и нематериальную (бренд), — ожидаемую потребителями. Дополнительный компонент — предмет тщательной проверки потребителями, прежде чем они примут решение о покупке. Свойства торговой марки могут быть как объектом постоянного мониторинга реакции на них потребителя, базой для управления торговой маркой, так и основой для составления плана изменений во внутренней организации бизнеса, в целевом управлении финансовыми ресурсами.

Если целевой рынок находится в национальных границах, отечественные компании должны идентифицировать и выбрать такие взаимосвязанные сегменты рынка, которые обеспечат максимальную реализацию имеющегося потенциала и, как следствие, — развитие предприятия. Организация процесса управления маркетингом поможет выявить и реализовать имеющийся потенциал.

Проблема диагностики вероятности банкротства предприятий

Сарычева Александра Александровна

студентка

Волгоградская академия государственной службы, Волгоград, Россия

E-mail: jemanjea@rambler.ru

Отечественная экономика содержит немало предпосылок для банкротства или несостоятельности хозяйствующих субъектов. Это и политическая нестабильность, и несовершенство налогового законодательства, и неквалифицированные кадры, работающие на предприятиях. Банкротство предопределено самой сущностью рыночных отношений, которые сопряжены с неопределенностью достижения конечных результатов и риском потерь.

Целью данного исследования является проблема ранней диагностики риска банкротства предприятий. Требование к максимально ранней диагностике вызвано двумя основными причинами: необходимостью иметь достаточный лаг времени для принятия управленческого решения и погашения инерции достижения прежней стратегической или тактической цели у анализируемого предприятия. Важность диагностики вероятности банкротства предприятий обусловлена необходимостью своевременного принятия всех возможных мер по выходу предприятия из кризисного состояния или иначе мер финансового оздоровления. Только комплексное использование всех возможных мер по стабилизации финансового состояния предприятия может дать гарантию стабильности его финансовой деятельности [2].

В результате исследования были получены следующие выводы и ключевые пункты:

- Анализ прогнозов возможности банкротства позволяет на более раннем этапе предвидеть перспективы, своевременно корректировать бизнес-планы и принимать решения, влияющие на тактические и стратегические задачи развития предприятия.
- Задача определения степени риска банкротства является актуальной как для собственников предприятия, так и для его кредиторов. Поэтому вызывают интерес любые научно обоснованные методики оценки риска банкротства [3].
- Существует множество как отечественных, так и зарубежных моделей диагностики вероятности банкротства предприятия. Известны два основных подхода к предсказанию банкротства. Первый базируется на финансовых данных и включает оперирование некоторыми коэффициентами: приобретающим все большую известность Z-коэффициентом Альтмана (США), коэффициентом Таффлера, (Великобритания), и другими, а также умение "читать баланс". Второй исходит из данных по обанкротившимся компаниям и сравнивает их с соответствующими данными исследуемой компании.

- Ни одна из них не может претендовать на использование в качестве универсальной именно по причине "специализации" на каком-либо одном виде кризиса. Поэтому целесообразно отслеживание динамики изменения результирующих показателей по нескольким из них. Выбор конкретных методик может диктоваться особенностями отрасли, в которой работает предприятие.
- Несмотря на наличие большого количества всевозможных западных методов и методик, позволяющих прогнозировать наступление банкротства предприятия с той или иной степенью вероятности, возникает много проблем при их применении на практике к российским предприятиям. Многочисленные попытки применения иностранных моделей прогнозирования банкротства в отечественных условиях не принесли достаточно точных результатов. В связи с этим возникает необходимость разработки способов адаптации "импортных" моделей к российским хозяйственным условиям [1].

Таким образом, результаты данного исследования позволяют выбрать оптимальный план действий по выявлению на более раннем этапе вероятности банкротства предприятия, разработать методику применения различных методов прогнозирования банкротства на практике к российским предприятиям, что предопределяет принятие верных управленческих решений, влияющих на дальнейшее развитие предприятия.

Литература

1. Лосев Н.Р. Проблемы прогнозирования банкротства на отечественных предприятиях. // www.business.rin.ru
2. Анохин Сергей. Проблема предсказания банкротства// www.business.rin.ru.
3. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес./ Под ред. проф. М.И. Баканова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.

Учет финансовых показателей при принятии решения об инвестировании

Шахбазян Люсинэ Левановна

студентка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Три основные группы финансовых показателей эффективности инвестиционных проектов: 1) интегральные показатели эффективности инвестиций; 2) показатели эффективности использования капитала; 3) показатели, характеризующие финансовое состояние проекта.

К показателям первой группы относятся: внутренняя норма доходности проекта; срок окупаемости проекта; индекс доходности; чистый приведённый доход.

Чистый приведенный доход (NPV) – это разность дисконтированных на один

момент времени показателей доходов и расходов:
$$NPV = \sum_{t=t_n}^T \frac{P(t)}{(1+d)^t} - \sum_{t=0}^{t_c} \frac{KV(t)}{(1+d)^t},$$

где t_n – год начала производства продукции; t_c – год окончания капитального строительства; $KV(t)$ – инвестиционные расходы в году t ; t – годы реализации инвестиционного проекта ($t = 1, 2, 3, \dots, T$); $P(t)$ – чистый поток платежей в году t ; d – ставка дисконтирования.

Внутренняя норма доходности позволяет оценить степень привлекательности альтернативного размещения ресурсов. При ставке ссудного процента, равной внутренней норме доходности, инвестирование финансовых средств в проект даст в итоге тот же суммарный доход, что и помещение их в банк на депозитный счет.

Если реальная ставка ссудного процента меньше внутренней нормы доходности проекта, то инвестирование средств в него выгодно, и наоборот. В общем случае, когда

инвестиции и отдача от них задаются в виде потока платежей, IRR определяется как решение следующего уравнения относительно неизвестной величины d^* :

$$\sum_{t=0}^T \frac{P(t)}{(1+d)^t} = 0, \text{ где } d^* = \text{IRR} - \text{внутренняя норма доходности, соответствующая потоку}$$

платежей $P(t)$.

Срок окупаемости - продолжительность периода, в течение которого сумма чистых доходов, дисконтированных на момент завершения инвестиций, равна сумме инвестиций. Уравнение для определения срока окупаемости можно записать в виде:

$$\sum_{t=0}^T \frac{P(t)}{(1+d^*)^t} = KV, \text{ где } KV - \text{суммарные капиталовложения в инвестиционный проект.}$$

Заметим, что в этом уравнении $t=0$ соответствует моменту окончания строительства. Обозначим совокупный доход на момент времени m через S_m , тогда:

$$S_m = \sum_{t=0}^m \frac{P(t)}{(1+d)^t}, \text{ причем, момент времени } m \text{ выбран таким}$$

образом, что: $S_m < KV < S_{m+1}$.

Тогда срок окупаемости приблизительно равен:

$$h = m + \frac{KV - S_m}{P(m) + 1} * (1+d)^{m+1}.$$

На практике могут встретиться случаи, когда срок окупаемости инвестиций не существует (или равен бесконечности).

Индекс доходности - отношение приведенных доходов к приведенным на ту же дату инвестиционным расходам.

$$R = \frac{\sum_{t=t_n}^T \frac{P(t)}{(1+d)^t}}{\sum_{t=0}^{t_c} \frac{KV(t)}{(1+d)^t}}.$$

Если $R > 1$, то проект эффективен, $R < 1$ – неэффективен при данной ставке процента.

Показатели NPV, IRR и R связаны очевидными соотношениями:

- Если $NPV > 0$, то $IRR > CC$ и $R > 1$
- Если $NPV < 0$, то $IRR < CC$ и $R < 1$
- Если $NPV = 0$, то $IRR = CC$ и $R = 1$,

Где CC – цена капитала, привлекаемого для реализации проекта; R – индекс рентабельности инвестиций.

При анализе альтернативных проектов критерии NPV, R, IRR могут противоречить друг другу, т.е. проект, принятый по одному критерию, может быть отвергнут по другому. В случае противоречия рекомендуется брать за основу критерий NPV, поскольку именно он характеризует прирост благосостояния инвесторов.

Показатели второй группы рассчитываются на основе данных финансовых документов «Отчёт о прибылях и убытках» и «Балансовая ведомость». К показателям этой группы относятся доходы на активы, собственный капитал, инвестиционный капитал, суммарный капитал, а также доход с оборота. Третью группу составляют показатели, характеризующие платежеспособность и ликвидность предприятия, а также показатели оборачиваемости капиталов и запасов.

Литература:

1 И.М. Волков, М.В. Грачева Проектный анализ: финансовый аспект. М.: Теис, 1998.

2. Бизнес-план инвестиционного проекта. Под ред. В.М. Попова. М.: Финансы и статистика, 2003
3. Р. Брейли, С. Майерс Принципы корпоративных финансов. М.: Олимп-Бизнес, 1997
4. www.cfin.ru

ABC, BSC и EVA: взаимоисключаемы или взаимодополняемы?

Зобнина Маргарита Ренатовна

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

E-mail: l.Zobnina@primeconsult.ru

Инвестиционное сообщество предъявляет все более высокие требования к менеджменту компаний по увеличению стоимости компаний и по раскрытию информации о хозяйственной деятельности. В результате этого многие организации вынуждены пересмотреть используемые системы оценки деятельности и компенсационные схемы, которые использовались на протяжении последних десятилетий. Новые методы оценки основываются скорее на экономической теории, чем на принципах бухгалтерского учета. Наиболее популярными методиками на сегодняшний день являются Activity-based Costing (ABC), Balanced Scorecard и Economic Value Added (EVA). И основной вопрос, которым задаются компании, это возможность их сочетания и их взаимозаменяемость. Автор предполагает, что указанные методики дополняют друг друга, и их эффективность может быть повышена за счет комбинированного их использования.

ABC позволяет преодолеть недостатки традиционных систем учета, основанных на подсчете прямых издержек труда и материалов. С развитием предприятия и диверсификацией его продукции, накладные издержки играют все более значительную роль, искажая стоимость производства отдельных продуктов (услуг). В результате, многие производственные предприятия ведут системы учета, которые приемлемы для целей финансового учета, но предоставляют искаженную управленческую информацию. ABC преодолевает эти недостатки, позволяя учитывать затраты на производство каждого продукта, услуги или заказа, поскольку идентифицирует все виды деятельности, прямо и косвенно участвующие в его производстве и точно распределяет связанные с ними издержки. Информация, полученная благодаря использованию ABC, предоставляет надежную количественную информацию, которая может использоваться для повышения эффективности в первую очередь через ре-инжиниринг процессов. Большинство систем ABC созданы для учета затрат, отражаемых в отчете о прибылях и убытках. В то время, как необходимо учитывать и стоимость капитала, участвующего в производстве данного продукта/выполнении данного заказа. Но даже если в системе ABC учитывался бы этот параметр, она все равно не дает достаточной управленческой информации. Роль издержек, несомненно, важна, но менеджерам компании необходимо понимание влияния таких факторов, как объемы продаж, степень удовлетворенности клиентов, рыночное положение, степень использования информационных технологий, лояльность сотрудников компании и их связь с издержками компании, чтобы знать, как управляющие могут усовершенствовать ее деятельность. Это ведет к распространению Balanced Scorecard (BSC).

BSC удовлетворяет потребность в идентификации определенного набора финансовых и нефинансовых показателей и делает возможным определить индикаторы текущего состояния и перспектив компании. Система стратегических показателей, помимо решения стратегических задач, таких, как перевод стратегии на тактический уровень, балансирует управленческие решения между текущим и будущим состоянием. Система сбалансированных показателей, являясь, качественным и многосторонним инструментом управления, имеет значительный недостаток – отсутствие единого

показателя, который управляющие могли бы иметь в качестве целевого и который бы отражал успешность предприятия в целом. Для акционеров и инвесторов важна в первую очередь не сама стратегия, а обеспечение достаточного возврата на инвестиции. Для преодоления этого используется EVA.

EVA представляет собой единый показатель, отражающий создание стоимости компанией в целом. Единый критерий нужен управленцам для балансирования противоречивых групп интересов внутри компании.

ABC, BSC и EVA в сумме представляют собой инструменты, использование которых в системе позволяет преодолеть недостатки каждого по отдельности и иметь полноценную систему оценки деятельности предприятия. ABC помогает менеджерам понимать структуру затрат и последствия принимаемых решений. BSC расширяет взгляд менеджмента на деятельность предприятия. EVA создает связь между принимаемыми решениями, показателями эффективности и результатами, что акцентирует внимание менеджмента на создании акционерной стоимости.

Научное издание

ЛОМОНОСОВ-2005:

**Сборник тезисов XII Международной конференции
студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов»**

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИКА»

ТОМ I:

**Подсекция 1. Проблемы
национальной и глобальной экономики
Подсекция 2. Экономическая теория
и экономико-математические методы
Подсекция 3. Финансы, бухгалтер и аудит
Подсекция 4. Экономика фирмы**

Техническая редакция сборника:

И.А. Алешковский

Подписано в печать 13.04.2005 г..
Формат 60х90/16. Бумага офсетная.
Гарнитура Times. Печать РИЗО.
Печ. л. 33. Тираж 200 экз.

Ордена «Знак Почёта»
Издательство Московского университета.
103009, Москва, ул. Б. Никитская, 5/7