

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРОГРАММА ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ КРИЗИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тайдакова Н.В. - гр. М-51, ИЭиУРР, Кузьмина Н.Н.

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова

В условиях мирового экономического кризиса финансовое состояние значительной части российских предприятий является либо неустойчивым, либо кризисным. Они сталкиваются с тремя основными проблемами:

- дефицитом денежных средств и низкой платежеспособностью вследствие невозможности своевременно выполнять свои платежные обязательства (в результате у предприятий возникает задолженность перед бюджетом, персоналом, кредиторами, а также имеет место постоянный рост внешних заимствований для решения проблем с текущими выплатами);

- недостаточным удовлетворением интересов собственников, что проявляется в снижении рентабельности собственного капитала предприятия;

- уменьшением финансовой устойчивости предприятий, которая порождает проблемы с погашением их будущих обязательств, ввиду роста финансовой зависимости от кредиторов.

Чтобы избежать банкротства данных предприятий необходимо использовать мероприятия финансового оздоровления, с помощью которых можно было бы вывести их из кризисного состояния и обеспечить дальнейшее развитие. Выбор данных мероприятий определяется результатами анализа финансового состояния предприятия, который заключается в изучении динамики показателей, характеризующих его производственно-хозяйственную деятельность.

На российских предприятиях в настоящее время сложилась ситуация, когда только материалосберегающие или трудосберегающие мероприятия не могут обеспечить их финансовое оздоровление и совокупную экономию издержек производства. В условиях кризиса важное значение приобретает финансовосберегающий путь решения данной задачи, который характеризуется преобладанием качественных изменений в финансовой деятельности предприятий, нацеленных на рост их финансовой устойчивости. Особое значение при этом приобретает рациональное использование финансовых ресурсов, которое выражается показателями их относительной экономии на единицу произведенной продукции (услуги). В современных условиях данные показатели подвержены воздействию множества факторов, которые обуславливают необходимость системного подхода к их анализу.

Инвестиционная деятельность кризисного предприятия в значительной мере определяет масштабы и темпы его финансового оздоровления и дальнейшего развития. Ее основная цель – обеспечить максимальную реализацию инвестиционного потенциала предприятия на основе использования совокупности различных приемов и методов, позволяющих наиболее эффективно осуществлять данную деятельность с целью выхода из кризисного состояния и обеспечения дальнейшего развития. Поэтому в настоящее время возникла острая необходимость совершенствования анализа инвестиционной деятельности кризисного предприятия с учетом специфики современных экономических условий. Несмотря на актуальность и практическую значимость данной проблемы, она до настоящего времени комплексно и системно не решена.

При проведении анализа инвестиционной деятельности кризисного предприятия необходимо выделять следующие его основные этапы:

- представление данной деятельности как системы; выбор показателей ее оценки;
- анализ данных показателей и определение взаимосвязей между ними;
- выбор оптимальных мероприятий в области инвестиционной деятельности и оценка их эффективности.

Необходимость системного подхода к анализу инвестиционной деятельности кризисного предприятия возникает при расчете потребности в инвестициях на основе увязки

различных ее целей с множеством возможных альтернатив их достижения, а также выработке решений в условиях риска и неопределенности.

Инвестиционная программа финансового оздоровления и повышения производственной эффективности должна включать, с нашей точки зрения, в себя следующие основные антикризисные мероприятия:

- реорганизация производств;
- перепрофилирование производств;
- закрытие нерентабельных производств и создание новых;
- пополнение оборотных средств.

Все этапы анализа мероприятий данной программы должны быть детализированы до уровня отдельных процедур и операций с целью выделения элементов (показателей), поддающихся аналитическому воздействию. При управлении инвестиционной деятельностью предприятия это позволяет выполнить следующие действия:

- обеспечить ее четко выраженную направленность на достижение конечного результата, упорядочить структуру ее целей;
- осуществить переход от целей деятельности предприятия к мероприятиям по ее достижению;
- провести ресурсную увязку мероприятий, обеспечивающих как финансовую устойчивость, так и стратегическое развитие предприятия;
- обеспечить формирование альтернативных вариантов достижения цели и выбор среди них оптимального;
- осуществить рациональное сочетание количественных и качественных оценок;
- разработать обоснованную программу финансового оздоровления и повышения производственной эффективности.

Эффективность данной программы характеризуется системой показателей, соизмеряющих планируемый эффект с затратами инвестированного в программу капитала. Особенностью комплексной оценки эффективности инвестиционной программы финансового оздоровления и повышения производственной эффективности является необходимость определения не только экономической и социальной эффективности, но и финансовой (оценивается целесообразность инвестирования средств в акции предприятия и предоставления средств организациями-кредиторами), а также эффективности использования собственного капитала предприятия и участия в программе организаций-кредиторов. Важнейшей составляющей комплексного анализа эффективности данной программы является оценка ее экономической эффективности, которая в широком понимании указанного термина включает все другие виды оценки.

Инструментарий анализа инвестиционной деятельности кризисного предприятия предназначен для оценки возможности повышения устойчивости его развития в стратегическом аспекте. Его применение должно обеспечить максимальную реализацию возможностей предприятия в интересах решения стоящих перед ним задач на основе своевременных и обоснованных управленческих решений. Мировая практика свидетельствует, что экономический кризис и депрессия преодолеваются внедрением инноваций, создающих новые производственные возможности, освоение которых обеспечивает финансовое оздоровление предприятий и переход к их развитию.

ВЫБОР ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

Тушкова Е.В. - магистрант, Кузьмина О.Г. - к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова

Инновации в индустрии туризма больше не рассматриваются как просто желательные. Своевременное реагирование туристских компаний на новые технологические изменения в различных областях деятельности, смежных с туризмом, способность к созданию новых методов работы и совершенствованию результатов деятельности была признана необходимым условием.

Основываясь на опыте компаний, которые изучили и успешно применяют новые концепции в своей деятельности, можно сформулировать три критерия успеха инноваций в туризме:

1. Необходимость сотрудничества ученых и руководства туристских компаний в процессе разработки и внедрения инноваций. Объективный отбор инновационных программ.
2. Эффективная кадровая политика.
3. Готовность к практическому использованию инноваций.

В тех компаниях, где внедрение инноваций принесло значимые результаты, руководство высшего звена придает существенное значение исследовательскому процессу.

Процесс, ведущий к успешным нововведениям, связан не с решением второстепенных производственных проблем, а с долгосрочными целями, выражающимися как в социально-экономическом направлении, так и в направлении технического развития.

Проводя исследования, следует опираться на два типа инноваций:

- улучшающие, при которых происходит обновление отдельных параметров туристского продукта, не меняя его по сути;
- прорывные - переход на новый, более высокий уровень разработки и производства туристского продукта в целом.

Туризм становится одной из важных отраслей сервиса, и это требует современных форм и механизмов обслуживания клиентов.

Современные туристы тщательно выбирают место проведения отпуска. Недостаточно только моря, солнца и песка, повсюду должна чувствоваться забота о сохранении качественных ресурсов, забота об окружающей среде.

Решение о необходимости перехода на инновационную стратегию развития предприятия – весьма смелое решение, требующее немалых креативных, аналитических и финансовых усилий.

Компания может изменить свое положение на рынке, если выведет какой-либо новый продукт, услугу или технологию, неизвестный до этого ни рынку, ни потребителю.

Разработка инновационной стратегии начинается с определения самой инновации, ее цели, формы, функций и конечного эффекта. Далее необходимо определение инструментов, с помощью которых инновация будет реализовываться. Задача заключается в том, чтобы найти эти инструменты, выяснить, насколько эффективно они будут работать, а также разработать такую стратегию, чтобы при изменении внешних условий инструменты могли быть легко адаптированы и продолжали работать для успешного достижения цели.

Рассмотрим методику расчета эффективности инновационной стратегии.

Под показателем эффективности понимается числовая характеристика, которая позволяет оценить степень достижения поставленной цели. Показатель эффективности должен:

- 1) соответствовать цели стратегии предприятия и иметь ясный физический смысл;
- 2) быть универсальным, т.е. способным учитывать все основные свойства и особенности стратегии;
- 3) быть достаточно чувствительным к изменению параметров, влияющих на стратегию и существовать для всех возможных вариантов их изменений.

Результативность достижения каждой конкретной цели носит вероятностный характер. С учетом этого основные шаги методики оценки заключаются в следующем:

1. Определить меру эффективности по отношению к каждой цели.
2. Если полученные меры эффективности окажутся различными, то привести их к общей мере эффективности. Для качественных целей меру эффективности определяют с помощью экспертных оценок.
3. Определить относительную значимость целей по шкале от 0 до 1.
4. определить для каждой цели вероятность достижения возможного уровня эффективности (результативности) при данной стратегии.
5. Суммировать “взвешенные” по целям результаты для каждой стратегии с целью получения ожидаемого эффекта от реализации стратегии в виде прибыли или потерь.
6. Рассчитать экономический риск от принятия каждой стратегии.
7. Осуществить выбор наиболее эффективной стратегии.

Ожидаемую эффективность (результативность) стратегии выражает следующая функция прибыли (дохода):

$$\Pi_i (D_i) = \sum \sum (x_j * p_{ij} * g_{ij}) \rightarrow \max$$

где $\Pi_i (D_i)$ – прибыль (доход) от реализации, ожидаемый эффект i -й стратегии;

i – число альтернативных стратегий;

j – количество целей в стратегии;

x_j – относительная значимость j -й цели;

p_{ij} – вероятность достижения j -й цели при i -й стратегии;

g_{ij} – результативность достижения j -й цели при i -й стратегии.

Данная методика использована при расчете эффективности инновационной стратегии для ОЭЗ ТРТ “Бирюзовая Катунь”.

В результате проведенного исследования внешней и внутренней среды особой экономической зоны “Бирюзовая Катунь” все разработанные автором доклада стратегии направлены на развитие новых видов активного туризма характерных для этой местности:

- 1) развитие спелеотуризма;
- 2) развитие экотуризма;
- 3) развитие историко-культурного потенциала;
- 4) развитие приключенческого туризма;
- 5) развитие оздоровительного туризма.

Обозначены следующие значимые цели:

O1 – увеличение количества туристов;

O2 – увеличение индекса рентабельности;

O3 – снижение срока окупаемости инвестиций;

O4 – увеличения индекса доходности инвестиций.

Методом экспертных оценок были определены относительные значимости каждой цели, вероятности достижения этих целей при каждой разработанной стратегии, а также результативность их достижения.

Оценить ожидаемый эффект в денежном выражении достаточно сложно и требует разработки бизнес-плана по внедрению каждой из предложенных стратегий. Результативность достижения цели оценивалась экспертами в баллах от 0 до 10.

На основе полученных данных можно сделать следующий вывод: ожидаемая эффективность будет получена при реализации стратегии развития спелеотуризма, а также приключенческого туризма.

Непосредственно выбор и моделирование стратегии осуществляется на основе полученных данных. Вместе с этим очень важно оценить и уровень риска при выборе и реализации той или иной стратегии.

Стратегия носит, как правило, долгосрочный характер, а процессы разработки, реализации оценки и при необходимости корректировки стратегии, должны происходить

непрерывно. То, что является стратегией на текущем уровне управления, на вышестоящем уровне является средствами, а на нижестоящем – целью.

Разработанная на основе этого определения стратегия маркетинга, по сути, отождествляется со стратегией развития территории и включает в себя формирование видения, целей, направлений деятельности, механизм реализации.

По каждой стратегии маркетинга следует определить один из вариантов действий (альтернативных стратегий поведения на рынке):

- стратегия дифференциации – основана на осознании и наличии конкурентных преимуществ и уникальности территории, позволяющих захватить обширную часть рынка;
- стратегия фокусирования – фокусирование на специфических целевых рынках, узких сегментах рынка, потребности которых может удовлетворить территория;
- стратегия проникновения – проникновение имиджа территории на новый целевой рынок для продвижения уже разработанных товаров;
- стратегия кооперации – планирование и осуществление совместных рекламных действий заинтересованными хозяйствующими субъектами региона при представлении общих интересов.

Далее каждая стратегия распадается на 4 традиционные “широкие стратегии маркетинга региона”:

- маркетинг имиджа (региона или продукта);
- маркетинг достопримечательностей (ведущих предприятий);
- маркетинг инфраструктуры;
- маркетинг людей (в том числе, руководителей региона, руководителей ведущих предприятий, знаменитостей, проживающих в регионе, ученых и т.д.).

Далее по каждой широкой стратегии маркетинга для ее реализации определяются соответствующие методы и инструменты маркетинга. Возможна и дальнейшая детализация стратегий. В частности, общую стратегию развития отраслей экономики целесообразно разделить на стратегии развития ведущих кластеров и стратегию развития прочих отраслей и малого бизнеса.

Предложенный подход к определению видов, места и роли стратегий маркетинга в региональном развитии позволяет добиться строгой иерархии и целевой фокусировки стратегий маркетинга, а также выбора оптимальных направлений воздействия. Соответственно, по каждой стратегии маркетинга появляется возможность сформировать эффективный механизм реализации, закрепить финансовые ресурсы, определить ответственных исполнителей и критерии оценки результатов ее осуществления. При этом все стратегии развития территории должны строиться на основе маркетингового подхода, исходя из текущих и прогнозируемых потребностей целевых рынков и должны обеспечивать “подстраивание” территории под будущие потребности. В противном случае может возникнуть ситуация, когда частным маркетинговым стратегиям, акцентированным на “продвижение” территории и ее продуктов, будет нечего предложить целевым рынкам.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

Хаустова М.А. – студент, Кузьмина Н.Н. – старший преподаватель кафедры ЭиОП
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Реализация стратегических задач и краткосрочных планов развития любой организации предполагает выполнение ее персоналом определенных производственных функций. Успешное выполнение этих функций сильно зависит от уровня квалификации и профессиональной компетентности сотрудников компании. Одним из методов, позволяющим изменять и улучшать уровень квалификации и профессиональной компетентности сотрудников, является система профессионального обучения персонала. Но единой универсальной методики, пригодной для решения всего комплекса задач, стоящих

перед разработкой и внедрением системы профессионального обучения персонала, просто не существует и вряд ли она возможна. Нет общепринятой методики и за рубежом.

Сегодня актуальна задача разработки такой системы обучения, которая позволила бы решить проблему регулярного обучения вновь поступающих сотрудников и передачи им накопленных в компании знаний, опыта и культуры.

А поскольку важными характеристиками культуры любой компании являются уровень образования персонала, его профессионализм и умение работать в команде, то профессиональная подготовка и переподготовка персонала приобретает стратегическое значение. Обучение персонала в таких условиях становится одним из главных ключей к успеху, поскольку позволяет переходить к профессиональным технологиям, в том числе и в области управления.

Большинство современных методов обучения персонала, которые в настоящий момент активно используются в России или только начинают использоваться, впервые появились на Западе, поэтому для успешной реализации тех или иных методов российские специалисты перенимают опыт западных коллег, адаптируя технологию под российский рынок.

В настоящее время все более активно начинают входить в российскую практику инновационные методы обучения персонала, перекочевавшие с Запада. К числу таких методов относятся: модульное обучение, дистанционное обучение, наставничество, обучение действием, обучение в рабочих группах, метафорическая игра, обучение по методу «shadowing», обучение по методу «secondment», обучение по методу «buddying».

О распространенности тех или иных методов обучения в России и на Западе свидетельствуют следующие статистические данные:

Российские компании:

- 1) Модульное обучение – 83%;
- 2) Дистанционное обучение – 37%;
- 3) Наставничество – 78%;
- 4) Рабочие группы – 60%;
- 5) Метафорическая игра – 45%;
- 6) Обучение методом «shadowing» – 1%;
- 7) Обучение методом «secondment» – 1%;
- 8) Обучение методом «buddying» – 5%;
- 9) Обучение действием, «action learning» – 56 %.

Западные компании:

- 1) Модульное обучение – 81%;
- 2) Дистанционное обучение – 54%;
- 3) Наставничество – 72%;
- 4) Рабочие группы – 65%;
- 5) Метафорическая игра – 15%;
- 6) Обучение методом «shadowing» – 71%;
- 7) Обучение методом «secondment» – 65%;
- 8) Обучение методом «buddying» – 85%;
- 9) Обучение действием, «action learning» – 70%.

При выборе метода обучения необходимо учитывать преимущества и недостатки каждого метода, личностные характеристики и потребности сотрудников, а также общую эффективность метода для организации.

К выбору метода обучения нужно подходить дифференцированно – так как обучающие программы отличаются как по уровню сложности и стоимости, так и по времени прохождения и длительности воздействия.

Рассмотрим подробнее приведенные выше инновационные методы обучения персонала в организации.

1. Модульное обучение.

Для эффективной программы обучения персонала можно использовать модульный подход. Модуль – это отдельная, самостоятельная часть какой-либо системы. Данная форма позволяет создать программу обучения из отдельных тематических блоков, направленных на достижение необходимого результата.

В модуле четко определены цели обучения, задачи и уровни изучения материала, а также навыки и умения. Модули имеют разнообразные средства обучения. Они обеспечивают активное участие учащихся, которые усваивают информацию в действии и активной работе с учебным материалом.

Модульное обучение широко используется в подготовки менеджеров по продажам, HR-специалистов, управленцев и маркетологов.

2. Дистанционное обучение.

Дистанционное обучение получило широкое применение в практике российских компаний. Данная форма обучения предполагает использование телекоммуникационных технологий, которые позволяют обучать персонал на расстоянии. С помощью дистанционного обучения учащийся может без отрыва от рабочего места самостоятельно организовывать свои занятия, выбирая удобное для этого время. Дистанционное обучения позволяет вовлекать в учебный процесс большое число сотрудников и тут же применять на практике, приобретенные ими в процессе обучения знания.

При этом такая форма требует хорошей технической оснащенности и грамотной проработки материалов для обучения и контрольных процедур. Однако за счет дистанционного обучения сложно сформировать поведенческие навыки. Кроме того, для качественного усвоения знаний учащийся должен обладать высокой мотивацией.

3. Наставничество.

Под наставничеством понимают индивидуальное или коллективное шефство опытных рабочих над отдельными молодыми рабочими или их группами или форму воспитания, профессиональной подготовки и адаптации молодых сотрудников в организации, предполагающую передачу опыта наставника и прививание культуры труда и корпоративных ценностей новичку. Обучение происходит на рабочем месте в рабочее время с постоянной поддержкой нового сотрудника более опытным и высококвалифицированным.

Наставничество позволяет качественно оценить вышестоящим руководителем управленческий потенциал наставника, а также обеспечить профессиональный рост сотрудников и повысить уровень мотивации опытных специалистов.

Не следует отождествлять наставничество с коучингом, это совершенно разные вещи. Коучинг – это предпосылка наставничества в программах по обучению и развитию персонала, поскольку он направлен на изменение некоторых поведенческих проявлений и на освоение специфических навыков. Инструмент коучинга – задавание вопросов. Наставничество же – это передача опыта и информации.

4. Рабочие группы.

Метод обучения в рабочих группах широко применяется в Японии и Германии, меньшую популярность он приобрел в США и Европе.

Максимальный состав рабочей группы должен достигать 9 человек. Участниками такой группы могут быть специалисты любого уровня: от линейного сотрудника до менеджера высшего звена. Перед специалистами ставится определенная задача, которую им нужно решить за конкретный промежуток времени.

Данный метод способствует развитию самостоятельности сотрудников и формированию у них навыка принятия решения, а также повышению мотивации сотрудников за счет того, что они осознают степень своего влияния на ситуацию внутри организации.

5. Метафорическая игра.

Это форма организации активной работы участников, направленная на выработку новых форм деятельности и изменения установок в поведении. Уникальность данного метода заключается в том, что для решения в деловой ситуации берется метафора.

Метафорическую игру можно использовать и применять для любой проблемной ситуации. В ее основе могут лежать сказки, притчи, легенды, передающие проблематику отношений в бизнес-ситуациях.

Такой способ обучения позволяет развивать креативность, снижать тревожность сотрудников по поводу решения той или иной проблемы, повышать привлекательность тренинга, побуждать участников самостоятельно находить решение по заданной ситуации.

6. Обучение методом «shadowing».

Данный метод обучения сейчас активно используется на Западе, а именно в Великобритании. Этот метод предполагает, что к сотруднику прикрепляют «тень» (shadow – тень (англ.)). Схема работы очень проста. Например, молодого сотрудника решили повысить в должности до уровня линейного руководителя. Компания предоставляет ему возможность около двух дней (не меньше) побыть «тенью» действующего руководителя. В роли «тени» такой сотрудник наблюдает и фиксирует моменты, в течение всего времени работы. Таким образом, сотрудник становится свидетелем «двух дней из жизни менеджера», получает информацию о том, какие особенности есть у выбранной им карьеры, каких знаний и навыков ему не хватает, какие задачи ему предстоит решать.

Данную форму обучения можно использовать в процессе адаптации новых сотрудников. Применяя «shadowing» можно улучшить интеграцию внутри компании и повысить согласованность действий между специалистами различных подразделений.

7. Обучение методом «secondment».

Данный метод также активно используется в английских компаниях. Дословный перевод термина «secondment» – командирование. Такая форма является разновидностью ротации персонала, при которой сотрудника «командируют» на другое место работы (в другой отдел или подразделение) на время, а потом он возвращается к своим прежним обязанностям. Временное перемещение сотрудников может быть как краткосрочным (около 100 часов рабочего времени), так и более длительным (до года). «Secondment» – это метод развития персонала, в результате которого сотрудники осваивают новые навыки и приобретают новые знания, укрепляется командная работа, улучшаются навыки межличностного общения.

8. Обучение методом «buddying».

Суть метода заключается в том, что за специалистом закрепляется «buddy», партнер. Его задача – предоставлять постоянную обратную связь о действиях и решениях того сотрудника, за кем он закреплен. Иногда сотруднику бывает очень полезно взглянуть на свои действия и реакции со стороны, «buddy» предоставляет такую возможность. Метод «buddying» основан на предоставлении информации или объективной и честной обратной связи при выполнении задач в первую очередь, связанных с освоением новых навыков, во вторую очередь связанных с выполнением текущих профессиональных обязанностей.

От наставничества или коучинга «buddying» отличает то, что его участники абсолютно равноправны. В такой форме работы нет «старшего» и «младшего», наставника и подопечного, обучающегося и обучаемого.

Метод «buddying» дает возможность сотруднику получить объективную информацию о своей работе, наметить точки личностного и профессионального роста, увидеть недостатки и исправить их, а также метод способствует созданию интерактивного общения и улучшению навыков межличностного взаимодействия.

9. Обучение действием, «action learning»

В последнее время одним из перспективных направлений современного менеджмента стало направление формирования «самообучающихся организаций». Вместе с ним пришла и технология обучения – «action learning» – «обучение действием». Технология «action learning» является одним из самых популярных и эффективных способов обучения менеджеров без отрыва от повседневной работы. Длительность одного цикла составляет от 3 до 12 месяцев.

Основой в «обучении действием» является группа менеджеров (до шести человек), ключевых сотрудников компании, каждый из которых решает поставленную перед ним

реальную задачу, а не искусственную ситуацию. Главная цель «action learning» – преодолеть разрыв между тем, что «говорят» в организации, и тем, что в ней «делают».

Метод «обучение действием» способствует развитию у менеджеров навыков принятия решений, планирования и постановки целей, тем самым, позволяет решать производственные задачи и повышать ответственность менеджерского состава за разработанные действия.

В современной практике обучения персонала существует огромное множество различных методов обучения. Каждый из них имеет свои достоинства и недостатки.

При планировании обучения в каждой конкретной организации необходимо учитывать множество факторов, чтобы грамотно составить программу обучения и развития. Выбор метода обучения зависит от конкретной цели: получить новые знания, сформировать умения, выработать установку на уровне мышления, ценностей. Если говорить о достижении этих целей в комплексе, то необходимо использовать несколько методов обучения.

В настоящий момент очень популярны активные методы обучения персонала, при которых большое внимание уделяется именно практической основе передаваемых слушателям знаний, навыков и умений, например, тренинги, программированное обучение, групповые обсуждения, деловые и ролевые игры, кейсы.

Сегодня эффективная деятельность организации зависит не только от высокого уровня конкурентоспособности, материально-технической базы, но и от компетенции персонала и эффективности его внутренней организации. Высокая квалификация работников имеет непосредственное влияние на финансовые результаты предприятия. Качество трудовых ресурсов непосредственно влияет на конкурентные возможности фирмы и является одной из самых важных сфер создания конкурентных преимуществ. Именно поэтому процесс модернизации знаний и навыков должен носить постоянный характер, и перед руководством компании в первую очередь должна стоять задача – создания обучающейся организации, умеющей использовать полученный в процессе своей деятельности опыт, в целях корректировки методов работы для решения реальных проблем компании.

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА

Жданова Е.И. – студент, Берлова Т.М. – к.х.н., доцент каф. ЭиОП
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Экономика России переживает период глубоких институциональных преобразований, осуществляющихся как на макро-, так и на микроуровнях. Основой этого процесса является адаптация всех экономических субъектов к рыночным условиям хозяйствования. В этой ситуации растёт неопределенность производственно-финансовой деятельности организаций, что требует разработки новых принципов управления. Одной из основных задач финансового менеджмента является управление основным капиталом. для решения данной задачи в качестве инструментария используется инвестиционное проектирование.

Существенное влияние на разработку инвестиционных проектов оказывают общемировые тенденции развития теории и практики корпоративного управления и управления инвестиционными проектами. Однако у российских продовольственных организаций при осуществлении инвестиций в основной капитал возникают проблемы, нехарактерные для развитых стран. Технологическое отставание, низкое качество имущественного потенциала, неудовлетворительная финансовая устойчивость, утечка квалифицированных кадров, слабая государственная поддержка являются объективными причинами, характеризующими инвестирование в экономику России как рискованный вид деятельности.

В управлении инвестициями в основной капитал исключительно важную роль играет региональный аспект. Именно в регионе как экономической системе реализуются все конкретные мероприятия по изменению структуры производства, его диверсификации и

обновлению, осуществляется привязка инвестиционных проектов к конкретным предприятиям и территориям.

Алтайский край всегда был и остается одним из лидеров по объемам производства продовольственных товаров, в том числе алкогольной продукции. Это стало возможным благодаря уникальным природным условиям региона: местный климат идеально подходит для выращивания зерна твердых сортов, а реки Бия и Катунь, берущие свое начало в горах, являются естественными источниками чистой и полезной воды за счет содержащихся в ней микроэлементов. Поэтому ликероводочная промышленность на Алтае имеет давнюю историю и традиции, которые сохраняются до сих пор. В настоящее время инвестиции в основной капитал осуществляются в соответствии с инвестиционным проектом, и задача управления капитальными вложениями должна решаться в ходе их создания. Исходя из этого, использование инструментов финансового управления в области инвестирования в Алтайском крае является актуальным.

Всё выше изложенное обусловило цель работы — разработать и оценить эффективность инвестиционного проекта по обновлению автопарка ОАО «Корпорации «Алтайспиртпром». Инвестиционный проект представлен в виде бизнес-плана на 2009-2011 годы работы Корпорации. Привлеченные кредитные ресурсы позволят организации выйти на новый уровень, получить возможность дальнейшего расширения сфер деятельности.

Корпорация «Алтайспиртпром» является крупнейшим оператором алкогольного рынка Алтая. Начинала она свою работу с оптовой торговли, основан 28 филиалов по всему краю. Покупателям был предоставлен самый широкий выбор не только водки, но и вина, коньяка, шампанского, слабоалкогольных напитков. В настоящий момент Корпорация реализует через собственную сеть до 20% всего алкоголя в алтайском крае, при том что на рынке работают еще более 30 оптовых компаний, не считая сетевых операторов.

Последние два года приоритетным направлением работы стало развитие собственной розничной сети, в состав которой на сегодняшний день входит 350 магазинов по всему краю.

В 1999 г. были открыты собственные производства. Возобновили работу после длительного перерыва ОАО «Алтайский винзавод», наладивший производство слабоградусных плодовых вин на основе местного сырья, слабоалкогольных напитков и

минеральной воды. ОАО «Алтайский стекольный завод» наладивший выпуск тары для ликероводочно и безалкогольной продукции. Известный в советские времена не только на Алтае, но и за его пределами, ЗАО «Овчинниковский мясокомбинат» выходит на проектную мощность и производит в настоящее время около 50 видов мясных изделий и полуфабрикатов.

В 2009 году ОАО «Корпорация «Алтайспиртпром» планирует открыть около 300 розничных магазинов на территории Алтайского края, то есть увеличить торговую сеть примерно на 45%. Так как техника Корпорации изношена, то её мощности не достаточно, чтобы обслужить такое количество торговых точек. ОАО «Корпорация «Алтайспиртпром» за счет получения кредитных ресурсов со стороны Алтайского банка СБ РФ на сумму 11700 тысяч рублей планирует приобрести новую грузовую технику марок: МАН, Вольво, Ивеко, Газ-2705, Газ-52, Зил-433362, Камаз-15502, Маз, а также Камаз 25-тонник для перевозки продукции на дальние расстояния. Эта техника необходима для комплектации автомобильного парка, способного справляться с быстро растущими объемами доставляемой продукции. Приобретение новых автомобилей позволит более качественно проводить развозку и экспедиторские работы, снизить сроки проведения работ, особенно в предпраздничные дни, сократить потери от боя при транспортировке.

При получении инвестиционного кредита будут высвобождены оборотные средства предприятия, что позволит систематически погашать текущие проценты по полученным заемным средствам и сохранить необходимый оборотный капитал для проведения текущих работ. Полный срок возврата кредита 3 года на кредит в 3000 тыс, руб. и 1 год на кредит в размере 8700 тыс, руб. с даты их получения.

По основным финансово-экономическим показателям проект можно отнести к разряду высокоэффективных в данной отрасли.

По результатам проведенного анализа можно заключить следующее:

— значения показателей, принятых в качестве критериев эффективности, свидетельствуют о том, что проект, в случае его реализации, обеспечит возврат авансированного капитала и определенный уровень дохода;

— в процессе эксплуатации проекта необходимо отслеживать изменение прогнозной ставки дохода, с целью своевременного принятия мер по корректировке величины чистого приведенного эффекта;

— срок окупаемости инвестиционных затрат составляет менее трех лет. Это очень важно в условиях непредсказуемости, т.е. чем меньше времени пройдет с момента финансирования инвестиционных затрат и до момента возврата авансированного капитала, тем меньше риск вложений;

— проект обладает определенным запасом финансовой прочности, при сохранении условий финансирования, о чем свидетельствует расчетная величина внутренней нормы рентабельности и ставки доходности финансового менеджмента.

Итак, проведенный анализ показал, что данный проект можно признать эффективным. Все основные традиционные показатели инвестиционного анализа свидетельствуют о целесообразности реализации проекта. Результаты финансового анализа подтверждают улучшение основных показателей деятельности предприятия.

СЛОЖНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС – ПРОЕКТИРОВАНИЯ В ОБЛАСТИ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ

Афанасьева З.В. - магистрант, Кузьмина О.Г. - к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Один из наиболее динамично развивающихся сфер бизнеса на 2009 год являются информационные технологии (ИТ). Однако любое начало проекта, особенно с инновационной направленностью, требуют четкого планирования развития, то есть написания правильного бизнес-плана, который бы отразил не только этапы развития проекта, но помог привлечь необходимые инвестиции.

В наиболее распространенном определении «проектирование», или просто «проект», понимается как задача, которая ставится для создания уникального продукта, оказания услуги или усовершенствования организации. Для решения данных задач может применяться любой известный метод оптимизации, способный рационализировать выполнение поставленных целей и поднять эффективность их выполнения. В общем случае, если компания не столь велика или цель проекта не нова для ее исполнителей, однако увеличить эффективность ее выполнения крайне важно исходя из размышлений эффективной конкуренции на рынке.

Правильный выбор конечных и промежуточных целей имеет очень важное значение, так как эти цели в общем случае указывают направление движения. В свою очередь, правильно выбранное направление движения обусловит рациональное распределение времени выполнения проекта и денежных затрат на него. Зачастую, наряду с выбором целей, формулируется задача проекта, которая является наивысшей целью проекта.

Оформляются цели и задачи проектов в бизнес-план.

Проблема написания бизнес-плана, в особенности бизнес-плана ИТ продукта, стоит весьма остро в России. Этому есть ряд причин: во-первых, институт предпринимательства крайне низко развит в России, во-вторых, литература, выпущенная в России, зачастую является либо устаревшей, либо простым переводом иностранной литературы, без какой-либо адаптации к местным особенностям ведения бизнеса. В то же время, большая часть иностранной литературы по бизнес – планированию освещает вопросы международного

маркетинга товаров массового потребления, и найти учебное пособие по маркетингу IT-продуктов крайне сложно.

Каждый бизнес-план имеет свои индивидуальные особенности, связанные со спецификой продукта, под который разрабатывается бизнес-план спецификой индустрии и рынка. Можно с уверенностью сказать, что не существует абсолютно-универсального алгоритма бизнес-плана IT-продукта, но есть целый ряд общепринятых моделей и подходов, которых стоит придерживаться при написании любого бизнес-плана.

На основе анализа иностранной и российской литературы по бизнес – планированию, мною была сформулирована типовая структура бизнес-плана IT-продукта:

1. Резюме проекта
2. Введение
3. Анализ внешней среды
4. Анализ отрасли
5. Маркетинговая стратегия
6. Маркетинговый комплекс
7. Финансовый план

Однако следует точно сказать, что для более четкого рассмотрения проекта, связанного с разработкой и внедрением программного продукта обязательно требуется детальное рассмотрение программного продукта в целом. Обычно подобные статьи бизнес-планов используются в других отраслях.

Особое внимание следует уделять изучению технической составляющей программы. Зачастую только самому разработчику под силу продолжить развивать продукт, так как разобраться в оде продукта достаточно сложно даже высококвалифицированному специалисту, не имеющему отношению к проекту.

Так обязательным пунктом бизнес-проекта IT-разработчика компании должна быть оценка программных продуктов, создаваемых в организации. Следует обязательно учитывать доступность технологии и используемых компонентов других базовых программ.

Подобные исследования должна проводить каждая компания, которая начинает разработку своих внутренних проектов, однако если планируется представление бизнес-плана для инвесторов, то следует не указывать основных технологий применяемых в программном продукте и его основных ноу-хау, так как бизнес-план или основные его аспекты могут попасть к конкуренту.

Основной сложностью при разработке бизнес-плана для IT-компании является разработка внешней среды.

Знание общих и отраслевых стандартов позволяет проектному менеджеру не только эффективнее управлять конкретным проектом, но и оперировать едиными для всех «посвященных» менеджеров терминами и понятиями, механизмами и средствами. Это, в свою очередь, дает возможность масштабировать проекты и реализовывать их в различных регионах, с различными командами и даже в разных отраслях. Владея стандартами легче накапливать, унифицировать и использовать свой и чужой опыт проектной работы.

Однако в России, информационное законодательство крайне находится на низкой ступени развития. Законодательство об электронном документообороте и электронной коммерции практически не развито. Разработчику программного обеспечения, придется прибегать к анализу законодательства о телекоммуникациях.

В случае экспорта программного обеспечения за границу, разработчику бизнес-плана необходимо знать, что в России экспорт программного обеспечения не подкреплён соответствующим законодательством и рассматривается отдельно в каждом индивидуальном случае. Возврат налога на добавочную стоимость, в случае экспорта программного обеспечения, российским законодательством не предусмотрен.

Разработчику бизнес-плана стоит обратить внимание на уровень образования, в целом всего населения страны. Обратит внимание, насколько популярны основные и смежные технологии, используемые в продукте.

При разработке маркетинговой позиции очень часто возникают проблемы с последним элементом маркетинговой стратегии. Основной ошибкой является то, что товар пытаются позиционировать как «панацею» от всех бед. Наделяя товар более чем 2 ценностными позициями, мы способствуем путаному восприятию нашего продукта в сознании потребителя. Таким образом, продукт не сможет занять определенной четкой позиции в сознании покупателя.

Весь комплекс маркетинга подразделяется на четыре основных элемента:

1. Продукт
2. Цена
3. Продвижение
4. Распространение

Именно эти четыре составляющие, в совокупности, определяют успех в любом бизнесе. При формировании маркетингового комплекса, учитываются результаты всех предыдущих разделов бизнес-плана.

К основным проблемам в данном разделе можно отнести проблемы определения цены ИТ продукта.

Предварительно, первоначальную цену лучше всего рассчитать от затрат, используя метод средних издержек и расчет точки безубыточности. Затем, учитывая характеристики целевого сегмента, интенсивность конкуренции на рынке, входные барьеры на рынок, а также стратегию позиционирования – можно сформулировать конечную цену продукта.

Следует отметить, что основной особенностью ИТ-проектов можно считать быстрое моральное старение их результатов. Эта особенность накладывает жесткие требования на качество планирования проекта. Результатом хорошей работы по планированию должны стать точный прогноз срока эксплуатации до следующего усовершенствования с соответствующей оценкой экономической эффективности инвестиций, а также детальная проработка плана реализации проекта, который позволит достичь целей проекта в срок и в рамках запланированного бюджета. Таким образом, следует постоянно проводить переоценку проекта, как инвестиционную, так и в целом возможности дальнейшего развития на уровне самого продукта и его потребительской востребованности.

ОСОБЕННОСТИ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В Г. БАРНАУЛЕ

Белоусова С.А. - магистрант, Патрахина В.В. - к.т.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Мировая практика убедительно свидетельствует, что даже в странах с развитой рыночной экономикой малое предпринимательство оказывает существенное влияние на развитие экономики, решение социальных проблем, увеличение численности занятых работников. По численности работающих, по объему производимых и реализуемых товаров, выполняемых работ и оказываемых услуг, субъекты малого предпринимательства в отдельных странах играют ведущую роль.

Для экономики в целом, деятельность малых предприятий оказывается важным фактором повышения ее гибкости. По уровню развития малого бизнеса специалисты даже судят о способности страны приспособиться к меняющейся экономической обстановке. Несмотря на трудности и неудачи, малое предпринимательство развивается, набирает темпы роста, решая экономические, социальные, научно-технические проблемы.

На сегодняшний день видна тенденция развития малого и среднего бизнеса. Это подтверждают данные Управления Федеральной налоговой службы. Количество индивидуальных предпринимателей за 2009 год составило в Алтайском крае 73 492 человека, что значительно превышает показатели 2008 года. Увеличилось число индивидуальных предпринимателей и в г. Барнауле: с 25 251 до 25 724 человек. Также выросло количество малых предприятий: в 2009 году была зарегистрирована 31 601

организация, что на 4 706 больше, чем в 2008 году. Нельзя не отметить и рост заработной платы: согласно данным Алтайкрайстата, в 2009 году среднемесячная зарплата на малых предприятиях на 13,8% превысила показатели 2008 года [1].

Однако, малому и среднему бизнесу, особенно инновационному, в период спада в экономике, необходимы новые силы, а именно дополнительные денежные средства для развития бизнеса и его поддержания. Вопрос кредитования приобретает всё большую актуальность.

Цель исследования: выявление особенностей кредитования представителей малого и среднего бизнеса г.Барнаула. Объект исследования: кредитные организации. Предмет исследования: процесс кредитования, его виды, условия: процентные ставки, требования и т.д.

Предприятия малого и среднего бизнеса могут получить следующие виды кредитования:

Овердрафт – форма кредитования физических и юридических лиц, при которой заемщикам предоставляется возможность периодически по мере необходимости получать суммы денежных средств в кредит до определенного лимита. Овердрафт предоставляется при недостаточности или временном отсутствии средств на расчетных (текущих) счетах.

Микрокредит - одна из самых популярных форм кредита. Получить кредит можно абсолютно на любые цели: пополнение оборотных средств предприятия, приобретение имущества (автотранспорт, оборудование и другое), ремонт или реконструкция нежилых помещений и т.п.

Экспресс-кредит, он же «быстрый кредит» призван помочь бизнесу в пополнении оборотных средств без излишних временных затрат. Это тот вид кредита, который помогает решить проблему нехватки средств в бизнесе когда деньги нужны «уже вчера».

Инвестиционные кредиты – кредиты на реализацию какого-либо инвестиционного проекта, на который необходимы крупные денежные средства. Для этого применяется проектное финансирование сроком более одного года [2].

Большинство банков предлагает несколько видов кредитных продуктов для малого и среднего бизнеса: все они отличаются характерными суммами кредитов, сроками рассмотрения, залоговым обеспечением (оно может быть необязательным) и способами оценки банковских рисков (скоринговая система или индивидуальный подход).

Рассмотрим стоимость предоставляемых кредитов банками г.Барнаула для малого и среднего бизнеса, с учетом комиссий и других обязательных платежей, на сумму 1000 тысяч рублей, таблица 1.

Как выяснилось из анализа кредитных продуктов, предлагаемых банками, большинство кредитных организаций предпочитают работать с клиентами индивидуально, то есть определяют соответствующий размер ставки отдельно для каждого клиента, и не всегда стоимость их услуг является общедоступной.

Таблица 1 – Банковские условия кредитования, предлагаемые участникам малого и среднего бизнеса города Барнаула

Банк	Вид кредита	Ставка, %		Срок, год	Комиссия за выдачу	Другое	Стоимость, в год
		min	max				
1 000 000 руб.							
Сбербанк	Экспрес	дог	21%	до 1	1,0%		22,0%
	Рост	14,75%	17,5%	до 1	1,5%		19,0%
	Инвест	дог	20,5%	до 5	2,0%	Плата за обслуживание (от остатка) 0,5%	22,8%
ВТБ24	На развитие бизнеса	дог	23%	до 1	1,5%		24,5%
	Коммерсант	дог	29%	до 5	1,5%		30,5%
Юниаструм		дог	15%		2,0%		17,0%
Интеза		дог	25,5%	до 1	5,0%	Досрочный возврат (от данной суммы) 1%	30,5%

		дог	20,9%	до 3	5,0%		25,9%
Росбанк	Предприятиям	15%	17%	до 3	1,5%		18,5%
	Руководителю	дог	22%	до 3	1,0%	Ежемесячная комиссия (от суммы кредита) 0,3%	26,6%
АКБ Абсолютбанк	Все виды (от 24% до 28%)	24%	28%		1,0%		29,0%
Промсвязьбанк	Первый	дог	22,5%		0,5%		23,0%
	Транспорт	дог	24%		2,0%		26,0%
	Оборудование	дог	19,3%		1,5%		20,8%
Сибсоцбанк		20%	24%		1,5%		25,5%
Россельхозбанк		15%		до 5	0,0%		15,0%
НБ ТРАСТ		15%		до 7	0,0%		15,0%
Среднее значение процентной ставки							23%

Однако, для того чтобы иметь возможность получить кредит в банке необходимо выполнить следующие требования:

- 1) Наличие действующего бизнеса не менее
 - 3 месяцев для предприятий, ведущих хозяйственную деятельность в сфере торговли;
 - 6 месяцев для предприятий, ведущих хозяйственную деятельность в остальных сферах;
- 2) Размер годовой выручки составляет не более установленной суммы;
- 3) Сумма кредита не более установленного банком процента от объема годовой выручки;
- 4) Место расположения бизнеса;
- 5) Обязательное открытие расчетного счета в банке;
- 6) Отсутствие отрицательной кредитной истории.
- 7) Обеспечение (оборудование, транспортные средства, товары в обороте, недвижимость, земельные участки и другое)
- 8) Наличие бизнес-плана или технико-экономического обоснования (не во всех случаях);

Также могут предъявляться требования непосредственно к собственникам бизнеса: гражданство РФ, наличие постоянной регистрации не менее 6 месяцев в регионе, где находится банк, и ограничения на возраст, например от 25 до 60 лет.

При проектном финансировании предпринимателю выставляются условия наличия частичного самофинансирования, а именно 20 процентов денежных средств на реализацию проекта необходимо обеспечить из собственных источников, остальное - кредитные ресурсы.

Большинство банков предпочитают осуществлять выдачу кредитов для индивидуальных предпринимателей при условии имущественного или иного залога. Но многие предприниматели снимают помещения и не имеют иного имущества, которое может заинтересовать банк, следовательно, индивидуальный предприниматель вынужден брать кредит как частное лицо [3].

Получение кредита представителями малого и среднего бизнеса может оказаться весьма проблематичным. В настоящее время проблемы малого и среднего бизнеса решаются не только на уровне центральной власти, но и местными властями, которые оказывают содействие малым предприятиям, особенно молодым предпринимателям и инновационному бизнесу [4].

Государством разработаны определённые меры по поддержке малого и среднего бизнеса:

- беспроцентные кредиты или гранты, которые могут быть использованы для покупки помещения или оборудования, пополнения основных или оборотных фондов, патентования изобретений или выплаты зарплаты сотрудникам. Сумма гранта на открытие собственного дела составляет около 300 тысяч рублей. На сегодня такой поддержкой воспользовались 78 субъектов малого и среднего предпринимательства из 34 муниципальных образований края, более половины из них развивают бизнес на селе [1].

- возможность приватизации или выкупа на льготных условиях помещения, которые предприниматели занимали в течение долгого времени [3].

- субсидирование части банковской процентной ставки по кредитам предпринимателей;
- возможность воспользоваться поручительством Алтайского гарантийного фонда.
Размер поручительства может составлять до 50 процентов от суммы залога, необходимого при получении кредита. [6].

Предприятия малого и среднего бизнеса в 2009 году, в связи с принятием нового Федерального закона «О кредитной кооперации» №190-ФЗ от 18.07.2009, получили еще один шанс получить заемные средства для развития и поддержания своей деятельности, а именно, за счет средств кредитных потребительских кооперативов (ранее - кредитные потребительские кооперативы граждан (КПКГ)), получивших возможность работать не только с физическими, но и с юридическими лицами.

Кредитный потребительский кооператив (КПК) – некоммерческая финансовая организация, добровольно объединившихся на основе членства физических и юридических лиц. Деятельность кредитного кооператива состоит в организации финансовой взаимопомощи своих членов посредством:

- 1) объединения паенакоплений (паев) и привлечения денежных средств членов кредитного кооператива и иных денежных средств в установленном порядке;
- 2) размещения денежных средств путем предоставления займов членам кредитного кооператива для удовлетворения их финансовых потребностей.

В г.Барнауле на данный момент насчитывается около шести КПК, самый крупный, не только в г.Барнауле, но и в Алтайском крае, КПК «Городской» с активами более 229 миллионов рублей, остальные либо проходят перерегистрацию либо продолжают свою деятельность, имея организационно-правовую форму «КПКГ», и работая только с физическими лицами. Поскольку закон вышел совсем недавно, то программа кредитования для юридических лиц не достаточно проработана для условий бизнеса г.Барнаула. В данный момент, изучению этого вопроса посвящено дальнейшее исследование, направленное на разработку условий взаимодействия КПК с малым предпринимательством. Необходимо, сформировать такую систему выдачи заемных средств, чтобы процентные ставки по кредитам и условия их выдачи были конкурентоспособными, и требования к заемщикам максимально оптимальные для целевого сектора.

Список используемых источников

1. В Алтайском крае увеличилось количество малых предприятий, 25.03.2010 Центр поддержки предпринимательства, Алтайский край. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.altaicpp.ru/support/finpod/bankusl/kredit.html>

2. Где взять кредит для бизнеса. Кредитный портал: КредитБизнес.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kreditbusiness.ru/banki>

3. Кредиты для индивидуальных предпринимателей. Кредитный портал: КредитБизнес.ru, 11.03.2010 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kreditbusiness.ru/kreditovanie/410-kredity-dlja-individualnykh-predprinimatelej.html>

4. Малый и средний бизнес - в кризис выживает сильнейший, 19.01.2010. Кредитный портал: КредитБизнес.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kreditbusiness.ru/problems/379-malyjj-i-srednijj-biznes-v-krizis-vyzhivaet.html>

5. Особенности кредитования банками малого предпринимательства, 26.09.2006 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.allmedia.ru/newsitem.asp?id=779340>

6. У предпринимателей Алтайского края появилось больше возможностей в получении финансовой поддержки для развития бизнеса. Официальный сайт Алтайского края, 10.12.2009 г. 15:38 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.altairegion22.ru/rus/region_news/?news_id=54278

7. Федеральный закон «О кредитной кооперации» №190-ФЗ от 18.07.2009.

АКТУАЛЬНОСТЬ АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Борейчук О.Ю. - студент, Кузьмина Н.Н. - старший преподаватель
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Для обеспечения динамичного устойчивого роста экономики России принципиально важным является переход к инновационному типу ее развития. В современном мире широкое использование инноваций в хозяйственной деятельности становится одним из основных источников повышения конкурентоспособности и устойчивого экономического роста.

Становление российской инновационной системы не может быть осуществлено без поддержки всего процесса от идеи, научного открытия и разработки новшеств, нововведений до выхода их на рынок с учетом маркетинговых исследований потребности в инновациях.

Инновационная система – совокупность субъектов и объектов инновационной деятельности, взаимодействующих в процессе создания и реализации инновационной продукции и осуществляющих свою деятельность в рамках проводимой государством политики в области развития инновационной системы.

Инновационная деятельность – выполнение работ и (или) оказание услуг, направленных на:

- создание и организацию производства принципиально новой или с новыми потребительскими свойствами продукции (товаров, работ, услуг);
- создание и применение новых или модернизацию существующих способов (технологий) ее производства, распространения и использования;
- применение структурных, финансово-экономических, кадровых, информационных и иных инноваций (нововведений) при выпуске и сбыте продукции (товаров, работ, услуг), обеспечивающих экономию затрат или создающих условия для такой экономии.

Анализ возможностей активизации инновационной деятельности российских предприятий за счет поддержки формирования институтов инновационной среды, инновационного потенциала системы управления предприятием, обоснования источников финансирования инновационной и инвестиционной деятельности позволил сформулировать основное направление эффективного инновационного механизма как активизация стратегического предпринимательства на предприятиях при государственной поддержке инноваций. Наиболее действенным методом активизации инновационной деятельности должно стать введение налоговых льгот для предприятий, инвестирующих свои средства в развитие сферы НИОКР и инновации.

Инновационная система Алтайского края – совокупность субъектов инновационной деятельности, инновационной инфраструктуры, а также органов государственной власти Алтайского края, обеспечивающих реализацию государственной инновационной политики.

Инновационная политика Алтайского края направлена на решение следующих задач:

- 1) поэтапное повышение научно-производственного и инновационного потенциалов организаций Алтайского края, их ориентирование на создание высокорентабельных, наукоемких технологий, обеспечивающих производство конкурентоспособной продукции;
- 2) концентрация производственного и интеллектуального потенциала, материальных, финансовых и кадровых ресурсов с целью реализации проектов, находящихся в высокой степени готовности, предоставление государственной поддержки организациям, на производственных площадях которых будет осуществляться проект по выпуску новой продукции;
- 3) создание правовых и экономических условий, способствующих реализации результатов научных исследований и разработок, научно-технических или научно-технологических достижений в виде выпуска новых или усовершенствованных товаров, использованию новых технологий или оказанию услуг;
- 4) развитие ресурсосберегающих, безопасных и экологически чистых производств;

- 5) подготовка кадров для инновационной сферы;
- 6) создание бизнес-инкубаторов для развития инновационного предпринимательства;
- 7) содействие развитию кооперационных и интеграционных связей с другими субъектами Российской Федерации, создание благоприятных условий для международного и межрегионального трансфера инновационных технологий;
- 8) обеспечение равенства прав и ответственности всех субъектов инновационной деятельности.

В 2009 году Алтайский край занимал двадцать первое место в рейтинге инвестиционной привлекательности регионов России по уровню инновационного потенциала по данным рейтингового агентства «Эксперт». По числу инновационно-активных предприятий и объемам отгруженной инновационной продукции Алтайский край является одним из лидеров Сибирского федерального округа, что характеризует высокую степень готовности региона к инновационным преобразованиям. Основная масса предприятий являются пользователями технологий, то есть ведут инновационную деятельность путем адаптации технологических решений, разработанных зарубежными фирмами или научными организациями других регионов России. На исследования и разработки новых продуктов организациями и предприятиями Алтайского края направляется только около 10% средств, что способствует нарастанию инновационной зависимости от других регионов. При этом экономическая целесообразность такой стратегии не всегда прослеживается. В формировании среды, способствующей развитию в регионе инновационной экономики, особая роль отводится городу Бийску – наукограду Российской Федерации. Существенную инновационную составляющую имеет реализуемый в крае проект по формированию Алтайского биофармацевтического кластера на базе фармацевтических предприятий города Бийска. Современное развитие инновационных процессов в Алтайском крае усиливает значимость интеграции науки и экономики.

Приоритеты научно-технологического развития Алтайского края:

- производство и переработка сельскохозяйственного сырья;
- синтез лекарственных средств и пищевых добавок;
- новые материалы и химические технологии;
- эффективное использование туристско-рекреационных ресурсов;
- энергосберегающие технологии;
- эффективные строительные материалы и технологии.

Возможности инновационного развития Алтайского края связаны так же с расширением спектра инструментов поддержки регионального уровня. Важное место здесь отводится сотрудничеству с государственными научными фондами России, поиску и сопровождению инновационных проектов, развитию информационной базы инноваций, которая облегчит поиск объектов производства и технологий для обеспечения инновационного процесса.

Одним из главных направлений развития и стимулирования инновационной деятельности является создание инфраструктуры, интегрирующей ресурсы науки, крупных предприятий, в том числе промышленных, а также среднего и малого бизнеса. Инновационная инфраструктура подразделяется на следующие виды:

- производственно-технологическая (Алтайский краевой бизнес-инкубатор, Ассоциация «Межрегиональный центр Наноиндустрии», Ассоциация «Алтайский технополис», Научно-технологический парк «Экопарк», Центр коллективного пользования «Биотехнология»);
- финансово-экономическая (Краевое государственное научно-исследовательское учреждение «Алтайский научно-образовательный комплекс», некоммерческая организации «Алтайский гарантийный фонд», Алтайский региональный фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере);
- консалтинговая («ASBA-консалтинг», Алтайская краевая общественная организация Всесоюзного общества изобретателей и рационализаторов (ВОИР), Алтайский региональный общественный фонд содействия развитию науки инноваций и технологий «АНИТА», Алтайский центр стандартизации, метрологии и сертификации);

- подготовка кадров (Факультет инновационного обучения, кафедра инновационного менеджмента Бийского технологического института, кафедра «Предпринимательство и инновационные технологии» АлтГТУ им. И.И.Ползунова);

- информационная (Алтайский центр научно-технической информации (ЦНТИ), Центр экономической и патентной информации (ЦЭПИ), Отдел интеллектуальной и промышленной собственности научно-инновационного управления АлтГТУ им. И.И. Ползунова);

- сбытовая (ЗАО «Алтайская ярмарка», Алтайская торгово-промышленная палата).

Администрацией Алтайского края заключено несколько соглашений с другими субъектами Российской Федерации и странами СНГ о взаимовыгодном сотрудничестве, включая содействие обмену информацией о перспективных инвестиционных и инновационных проектах и разработках с целью возможного совместного участия сторон в их реализации и последующего их использования.

В Алтайском крае проводятся конкурсы и гранты, а также конференции и семинары, посвященные механизмам повышения эффективности инновационной деятельности региона, информационным технологиям регионального и муниципального управления, инвестированию инновационных проектов и др. В 2008 году заработал сайт краевого инновационного банка данных. Интерактивный ресурс позволил объединить и систематизировать информацию о ключевых элементах региональной инновационной системы. В целях создания условий для активизации инновационной деятельности и использования в экономике Алтайского края наукоемких технологий и разработок с 2009 года ежегодно проводится краевой конкурс инновационных проектов «Новый Алтай». Проведение конкурса дополняет механизмы, традиционно применяемые в регионе для стимулирования инновационной активности исследователей: государственный заказ на прикладные исследования, премии в области науки и техники. Кроме того, «Новый Алтай» позволит сформировать базу инновационных проектов для их дальнейшего продвижения на российский и международный уровень. В рамках проекта действуют номинации «Лучшая инновационная идея», «Перспективный инновационный проект», «Успешный старт».

Переход экономики Алтайского края к инновационной модели развития выступает ключевым направлением региональной политики, обозначенным в стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года. Стратегия предусматривает формирование благоприятной экономической и правовой среды, совершенствование механизмов государственного содействия коммерциализации научных разработок, создание и развитие объектов инновационной инфраструктуры, стимулирование взаимодействия науки и бизнеса, продвижение собственных инновационных продуктов и технологий в другие субъекты Российской Федерации, а также в страны ближнего и дальнего зарубежья.

Подводя итог вышесказанному, можно отметить, что в настоящее время перспективы социально-экономического развития страны и ее регионов, в том числе Алтайского края, связаны с формированием инновационной экономики. На всех уровнях власти есть понимание того, что именно инновации и заложенные в их основу научные исследования позволят России справиться с последствиями кризиса.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «БАРНАУЛЬСКОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ «МЕТАЛЛПЛАСТИЗДЕЛИЕ»))

Дубцова А.С. – студент, Кузьмина Н.Н. – ст. преподаватель кафедры ЭиОП
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова

Инвестиционная деятельность предприятия – целенаправленный процесс изыскания необходимых инвестиционных ресурсов, выбора эффективных объектов (инструментов) инвестирования, формирования сбалансированной по избранным параметрам инвестиционной программы (инвестиционного портфеля) и обеспечение ее реализации.

Оценка эффективности инвестиционных проектов — один из главных элементов инвестиционного анализа; является основным инструментом правильного выбора из нескольких инвестиционных проектов наиболее эффективного, совершенствования инвестиционных программ и минимизации рисков.

Цель инвестиционного анализа — объективная оценка потребности, возможности, масштабы, целесообразности, доходности и безопасности осуществления краткосрочных и долгосрочных инвестиций; определение направлений инвестиционного развития предприятия и приоритетных областей эффективного вложения капитала; разработка приемлемых условий и базовых ориентиров инвестиционной политики; оперативное выявление факторов (объективных и субъективных, внутренних и внешних), влияющих на появление отклонений фактических результатов инвестирования от запланированных, и, наконец, обоснование оптимальных инвестиционных решений, укрепляющих конкурентные преимущества фирмы и согласующихся с ее тактическими и стратегическими целями.

Детально взаимосвязь отдельных показателей и модулей эффективности ИП приведены на рисунке 1.



Рисунок 1 - Модули анализа и оценки эффективности инвестиционного проекта

ООО «Барнаульское предприятие «Металлпластизделие» было создано и действует в целях: привлечения к трудовой деятельности инвалидов по зрению групп и инвалидов других категорий; создания условий, обеспечивающих профессиональную реабилитацию инвалидов, профессиональную ориентацию, профессиональное образование, профессиональную и производственную адаптацию, медицинский контроль за рациональным трудоустройством инвалидов и их состоянием здоровья, оказание неотложной и амбулаторной медицинской помощи работающим инвалидам.

Инвестиционная деятельность является неотъемлемой частью общей производственно-хозяйственной деятельности ООО «Барнаульское предприятие «Металлпластизделие» в плане сохранения и развития своего производственно-экономического потенциала.

На данный момент предприятие может выпускать более 35 наименований продукции.

Основной целью технического перевооружения предприятия является следующее: снижение себестоимости; расширение номенклатуры выпускаемой продукции; улучшение качества продукции; увеличение производительности труда. Детальное рассмотрение

состояния парка оборудования предприятия свидетельствует, что технологическое оборудование выработало свой физический ресурс и морально устарело. Оснащенность, в основном, морально устаревшими моделями оборудования говорит о необходимости серьезных инвестиционных вливаний именно в техническое переоснащение предприятия, что позволит заложить фундамент для дальнейшего успешного развития.

Участок изготовления изделий из пластмасс занимает площадь 87,8 кв.метра, на которых расположено 3 термопласт автомата, 2 шприцпресса, дробилка. Коэффициент загрузки оборудования 0,73. Численность работающих 11 человек, в том числе основного производства 10 чел.

В настоящее время заметны положительные сдвиги в техническом оснащении производства. В частности, получены инвестиции, выделяемые на эти цели.

ООО «Барнаульскому предприятию «Металлпластизделие» выделено распоряжением №847 от 11.04.08г:

- за счет субсидий, полученных из федерального бюджета на государственную поддержку общероссийских общественных организаций инвалидов в целях реализации инвестиционного проекта «Организация новой технологической линии по выпуску канистр для розлива охлаждающей жидкости, масел и средств по очистке стекол автомобильных» 1 495 900 рублей. Полученные средства освоены в полном объеме. Получено полуавтоматическая одноручьева установка для выдува изделий от 2 до 10 литров ПВУПИ-1Р-С, измельчитель пластмассовых отходов Д-300, формы выдувные – 4 шт., дорн - матрица к пресс – форме.

На 01.01.09г освоено собственных денежных средств 967 тыс.руб. из запланированных 1 452 000 рублей. Оставшиеся средства запланированы на приобретение материалов на 1,7 месячную программу.

На 2009 год планируется выпуск изделий из пластмасс на сумму 10081 тыс.руб. Удельный вес составит 50,4%.

Однако, несмотря на активизацию инвестиционной политики коренного улучшения в осуществлении технического перевооружения и реконструкции производства пока не произошло. В результате растёт изношенность основных фондов, наблюдается тенденция снижения фондоотдачи. При этом ежегодно продолжает увеличиваться объём полностью изношенных фондов. На 01.01.09г составляет 3 418 000 рублей.

Всего на модернизацию в 2009 году планируется направить 920 тыс.руб.

Источники средств :

1) Собственные средства, всего (Результат от продажи основных средств, Доход от субаренды, направленный на модернизацию и техническое перевооружение производства): 920 000 рублей.

В соответствии с Программой развития предприятий ВОС на 2009 год, в целях реализации инвестиционного бизнес-проекта «Модернизация производства канистр», по распоряжению №1577 от 18.08.09г ООО «Барнаульское предприятие «Металлпластизделие» выделено 880 000 рублей, которые направлены на приобретение следующего оборудования: Смеситель ПКП-592, Пресс форма ПФ канистра 5л., Электрод печь камерная с принудительной циркуляцией атмосферы ЭКС-1,0/3,5И2, Холодильный Агрегат САJ4519Т-СВ27-34Н, Насос самовсасывающий с эжектором.

Собственных средств израсходовано на модернизацию производства 271 000 рублей. На вновь организованные рабочие места приняты 3 инвалида, 2 должности в настоящее время вакантны.

Оборачиваемость оборотных средств за 4 квартал 2009 год составила 59,6 дней, по основному производству 86 дней. Оборачиваемость оборотных средств за 2009 год составила 62 дня, по основному производству 148 дней.

Целью исследования является выбор оптимальной методологии оценки эффективности инвестиционной деятельности предприятия и осуществление соответствующей процедуры оценки за период 2008-2010 гг.

В основе классификации показателей экономической эффективности долгосрочных инвестиций лежит подразделение их на три главные группы: дисконтные, комплексные и показатели, при расчете которых не учитывается фактор времени. Как показывает практика, многие организации по-прежнему предпочитают использовать в инвестиционном анализе сравнительно простые показатели и методы оценки. Пренебрегая рекомендациями ученых относительно теоретической обоснованности дисконтных показателей, финансовые аналитики для оценки инвестиционного проекта рассчитывают максимум проектной прибыли, срок окупаемости, учетную норму рентабельности и прочие. Не все проекты могут иметь четко выраженные стоимостные результаты реализации, например, инвестиции в социальную сферу, экологию и безопасность труда. Трудоемкой процедурой является оценка долгосрочных инвестиций в некоммерческих организациях (в бюджетных учреждениях здравоохранения, образования и других). В этом случае применяется так называемый СВА-подход (от английского *cost-benefit analysis*). В его основе лежит сопоставление количественно измеримых затрат с множеством прямых и косвенных преимуществ (выгод).

Последние являются комплексными показателями и должны учитывать относительную ценность ожидаемых результатов как для организации, так и для отдельных общественных групп с различными уровнями доходов. Применение на практике СВА-подхода сопряжено со значительными затратами на этапе разработки альтернативных вариантов капиталовложений. Это связано с необходимостью сбора и обработки обширного объема статистического материала, социологическими исследованиями, использованием высококвалифицированного персонала.

С учетом вышеизложенного оптимальной является методика комплексной оценки эффективности инвестиций, поскольку миссия предприятия заключается в привлечении к трудовой деятельности инвалидов по зрению и их трудовая и социальная реабилитация.

Комплексный анализ эффективности инвестиций предполагает расчет 3 основных групп критериев оценки эффективности инвестиций: 1) срок окупаемости инвестиций; 2) отдача инвестиций; 3) рентабельность (доходность) инвестиций.

При значительной неравномерности получения прибыли во времени срок окупаемости инвестиций может определяться сопоставлением общей суммы инвестиций с суммой прироста прибыли. Срок окупаемости соответствует тому периоду, при котором сумма рассчитанного таким образом прироста прибыли равна сумме инвестиций.

Помимо специфики деятельности важно отметить спад в экономике края в период с 2008 года, что обуславливает необходимость дисконтирования всех рассчитываемых показателей, а также учет в расчетах коэффициента риска и неопределенности.

В финансово-инвестиционной деятельности большинства организаций, осуществляющих долгосрочные инвестиции, в предпроектных исследованиях преобладают процедуры количественного измерения проектного риска. Основными из них являются: анализ инвестиционной чувствительности; анализ уровня безубыточности; оценка вероятностных распределений; анализ имитационных моделей; процедуры субъективного рискованного регулирования; подход с использованием эквивалентов определенности; анализ дерева решений, стандартных отклонений и коэффициентов вариации.

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Шатц И.Р. - магистрант, Лукин Л. Н. - к.т.н., доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В настоящее время начинает проявляться тенденция к повышению инновационной активности многих государственных и частных предприятий, что предполагает усиление инновационного характера предпринимательской деятельности, формирование особой инновационной инфраструктуры, обеспечивающей благоприятные условия для процессов генерации, отбора и практического использования новых идей, способных, в свою очередь, инициировать производство конкурентоспособной, востребованной рынком продукции.

Основу инновационного предпринимательства большинства развитых стран составляют малые предприятия, открывающие новые сегменты рынка, развивающие новые производства, и тем самым повышающие собственную конкурентоспособность.

Осуществление предприятием инновационной деятельности свидетельствует о переходе к более высокому уровню производственных возможностей, является показателем степени его развития, а также предъявляет новые требования к организации, содержанию и методам управленческой деятельности.

Переход предприятий к инновационному развитию требует разработки соответствующих методов управления. Одним из таких методов может стать оценка инновационного потенциала предприятия

Инновационный потенциал предприятия - максимально возможное количество ресурсов, которые предприятие может вовлечь в сферу научно-технического развития производства при заданном размере ресурсных ограничений и без сокращения размеров конечного выпуска продукции.

Внутренняя среда предприятия построена из элементов, образующих его производственно-хозяйственную систему.

Внутреннее состояние системы описывается структурными параметрами. В свою очередь, структурные параметры делятся на ресурсные и функциональные. Ресурсные структурные параметры характеризуют износ (физический и моральный) материально-технических, информационных, финансовых и организационных средств (технологии, методов, организационной структуры). Функциональные структурные параметры характеризуют рациональность, эффективность функционирования системы по отношению к использованию ресурсов и организационного потенциала, управляющему воздействию.

В части элемента "кадры" ресурсными параметрами будут: конкурентоспособность, сотрудничество, лояльность по отношению к предприятию, навыки и опыт, средний возраст коллектива. Функциональные параметры: уровень профессионально-квалифицированного разделения труда, специализации и совмещения, кооперации; учет личностных характеристик сотрудников и руководителей.

Для оценки инновационного потенциала разрабатываются специальные анкеты различной степени детализации параметров. В этих оценках эксперты выставляют свои оценки по шкале от 0 до 1:

- 1 - очень хорошее состояние, классифицируется как очень сильная сторона инновационного потенциала;
- 0,8 - хорошее состояние, удовлетворяющее нормативной модели, не требует изменения - сильная сторона;
- 0,6 - среднее состояние, требует некоторых ограниченных изменений;
- 0,4 - плохое состояние, требует серьезных изменений;
- 0,2 - очень плохое состояние, требует радикальных преобразований - очень слабая сторона.

Оценку осуществляет экспертная группа из специалистов предприятия не менее пяти человек.

Анализ показателей позволит повысить обоснованность стратегии развития предприятия, конкурентоспособность.

На рисунке 1 показана модель показателей инновационного потенциала предприятия.



Рисунок 1 - Модель показателей инновационного потенциала предприятия

Расшифровка показателей инновационного потенциала предприятия:

- K₁ - Стиль управления;
- K₂ - Система управления по общим функциям;
- K₃ - Состав и качество разделения труда;
- K₄ - Качество внутренних и внешних вертикальных и горизонтальных, прямых и обратных связей;
- K₅ - Разделение прав и ответственности по звеньям;
- K₆ - Коммуникационная система и язык общения;
- K₇ - Трудовая этика и мотивирование;
- K₈ - Традиции, опыт и вера в возможности организации;
- K₉ - Обеспечение оборотными средствами;
- K₁₀ - Обеспеченность средствами на зарплату;
- K₁₁ - Возможности финансирования из собственных средств;
- K₁₂ - Стратегический маркетинг, НИОКР;
- K₁₃ - Сервис потребителей;
- K₁₄ - Маркетинг и сбыт (продажа);
- K₁₅ - Основное и вспомогательное производство;

- К₁₆ - Коммерческая информация;
- К₁₇ - Экономическая информация;
- К₁₈ - Научно-технический задел, патенты и ноу-хау;
- К₁₉ - Состав и квалификация рабочих;
- К₂₀ - Состав и квалификация специалистов;
- К₂₁ - Состав и компетентность руководителей;
- К₂₂ - Сырье, материалы, топливо и энергия, комплектующие;
- К₂₃ - Оборудование и инструменты;
- К₂₄ - Площади и рабочие места, связь и транспорт.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ НА ОСНОВЕ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

Калмыкова Е.И. – шк. №128, Горлова Н.Н. - к.т.н., доцент каф. ЭиОП

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Актуальность работы: За последнее время у нас в стране возник повышенный интерес к разработке бизнес-планов отдельных организаций и предприятий, в том числе и негосударственных предприятий здравоохранения. Многообразие аспектов проблемы экономического риска и обеспечения производственной надежности позволяет выделить их взаимодействие, в частности, разработки инвестиционных проектов, маркетинговой деятельности, финансовой политики и т.д.

Здравоохранение – один из важнейших и жизненно необходимых критериев, определяющих качество жизни граждан любого государства. Также в связи с опасностью эпидемий и пандемии во всем мире, роль здравоохранения в государстве неуклонно возрастает. Ресурсы здравоохранения в любом обществе всегда ограничены, поэтому вопросы их более эффективного использования являются ключевыми. В создавшихся условиях возрастает роль методов планирования в здравоохранении как процедуры приведения уровня потребления населением ресурсов здравоохранения в соответствие с имеющимися ограниченными экономическими возможностями. Рациональное планирование позволяет не только концентрировать ресурсы на приоритетных направлениях, но и осуществлять комплексный подход к решению наиболее актуальных проблем здравоохранения.

Объект исследования: сфера деятельности Общества с ограниченной ответственностью Центра консультативно-диагностического «Малыш» (ООО ЦКДД «Малыш»)

Предмет исследования: стратегия повышения эффективности деятельности предприятия здравоохранения на основе бизнес-планирования

Была поставлена следующая цель исследования: повысить эффективность деятельности предприятия здравоохранения на основе бизнес-планирования.

Чтобы достигнуть цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические аспекты сущности и видов планирования;
2. Проанализировать современное состояние деятельности предприятия здравоохранения;
3. Рассмотреть способы повышения эффективности деятельности предприятия здравоохранения на основе бизнес-планирования

В ходе написания работы использовали следующие методы:

1. Монографический;
2. Статистический;
3. Анализа

Практическая значимость заключается в том, что на основе предлагаемого бизнес-плана ООО ЦКДД «Малыш» сможет повысить эффективность своей деятельности

Новизна работы: предложена оптимальная система показателей эффективности предприятия здравоохранения (обзор персонала) на основе реализации предлагаемого бизнес-плана.

Бизнес-план предприятия является одним из основных инструментов управления предприятием, определяющих эффективность его деятельности. Разработка бизнес-плана позволяет наиболее эффективно использовать имеющиеся возможности организации для грамотного ведения бизнеса в нестабильных условиях внешней среды.

Новизна работы состоит в оптимальной системе показателей эффективности предприятия: укомплектованность кадрами, коэффициент совместительства, состав кадров по стажу работы, текучесть кадров, качественный состав кадров.

Для эффективной разработки и реализации бизнес-плана необходимо провести предварительный анализ экономической ситуации исследуемого объекта.

ЦКДД «Малыш» в основном оказывает лечебные услуги и лабораторную диагностику для детей. В качестве услуг пациентам предоставляются различные платные услуги (консультации высококвалифицированных специалистов).

Важнейшим ресурсом, необходимым для работы учреждения являются квалифицированные кадры. Сильной стороной учреждения является высокая укомплектованность кадрами, которая в данном центре равна 95,7 %. Но важен не только показатель укомплектованности, но и коэффициент совместительства. В предприятии ЦКДД «Малыш» коэффициент совместительства равен 1,8. Обычно такой коэффициент совместительства, превышающий единицу, рассматривается как негативное явление, так как повышенная загруженность может сдерживать дальнейшее развитие медицинских технологий.

При прогнозировании дальнейшего развития медицинских технологий необходимо проанализировать состав кадров по стажу работы. В данном предприятии оптимальный состав кадров по стажу работы, так как основной удельный вес занимают врачи со стажем работы от 5 до 15 лет.

Несомненно, негативным явлением в деятельности любого учреждения является высокая текучесть кадров. В предприятии здравоохранения «Малыш» текучесть кадров в 2009 году отсутствует. Что является относительно положительным показателем деятельности предприятия.

Для планирования важен также качественный состав кадров. В ЦКДД «Малыш» 14 врачей имеет высшую квалификационную категорию и 16 врачей - первую квалификационную категорию, все врачи и медсестры проходят специализацию каждые пять лет.

ЦКДД «Малыш» оснащен необходимым оборудованием для осуществления высококвалифицированной медицинской помощи.

Для оценки финансовых возможностей организации был проведен анализ уровня рентабельности в 2009 г.

$$\text{Уровень рентабельности} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Расходы}} \cdot 100 = \frac{4\,464\,828}{14\,018\,772} \cdot 100 = 31,9\%$$

Уровень рентабельности ЦКДД «Малыш» в год, таким образом, равен 31,9 %. Что является хорошим показателем деятельности данного предприятия здравоохранения.

Для повышения эффективности деятельности ЦКДД «Малыш» был разработан примерный бизнес-план. Целью данного бизнес-плана является привлечение заемных средств в размере 2 000 000 руб. на покупку нового и современного оборудования для обслуживания пациентов.

Для продвижения услуг центра на рынке медицинских услуг предложен план маркетинга ЦКДД «Малыш».

В исследовании представлен план осуществления рекламы ЦКДД «Малыш», в частности в Приложениях приведены примеры визитных карточек и календаря с эмблемой центра «Малыш».

В связи с тем, что предприятие планирует расширить производственную площадь и расширяет спектр оказываемых услуг, возникла необходимость в приобретении нового оборудования. ЦКДД «Малыш» имеет возможность взять кредит в размере 2 000 000 руб., которые планируется потратить на модернизацию оборудования. Необходимо узнать при каком объеме производства услуг ЦКДД «Малыш» начнет получать прибыль от оказания услуг.

Рассчитаны точки равновесия для оборудования для кабинета оториноларинголога, для ламп для лечения желтух новорожденных, Для оборудования для кабинета окулиста. На основе этих данных рассчитаны запасы прочности для каждого оборудования.

ЦКДД «Малыш» берет кредит в размере 2 000 000 руб. на условиях 18% годовых. Срок возврата - 2 года. По результатам расчетов центр «Малыш» в год будет выплачивать по кредиту, взятому в банке, 1 277 600 руб. в год.

В бизнес-плане также представлены финансовые прогнозы на период 2010-2012 гг. По итогам прогнозов доходов, расходов и прибыли, возможно увидеть динамику изменения прибыли ЦКДД «Малыш» за период 2009-2012 г..

План действий ЦКДД «Малыш»
на 2010 - 2012 гг.

1. Получение кредита в размере 2 000 000 руб. в банке на условиях 18 % годовых при сроке возврата 2 года.

2. Расширение объема предоставляемых услуг за счет покупки нового оборудования (Оборудование для кабинета оториноларинголога, компьютеры, лампы для лечения желтух новорожденных, оборудование для окулиста).

3. Расширение объема предоставляемых услуг за счет внедрения новых методик лечения, в частности ДНК- диагностики за счет центра «Здоровье», что позволит повысить уровень центра «Малыш» в конкурентных областях.

4. Улучшение взаимодействия ЦКДД «Малыш», центра «Надежда» и поликлиники «Здоровье» в оказании лабораторной диагностики, физиотерапевтического лечения, эндоскопических исследований, за счет заключения договора между этими клиниками.

5. Заключение договора с соседней аптекой о предоставлении скидок пациентам ЦКДД «Малыш».

6. Переезд в новое здание.

7. Открытие новых видов услуг

8. Формирование компьютерной сети в новом здании

Выводы

I. В ходе исследования рассмотрены теоретические аспекты сущности и видов планирования, выделены виды и уровни планирования в здравоохранении, а также проведена характеристика бизнес-планирования. Также обоснована методика оценки эффективности инвестиций и приведена структура бизнес-плана.

II. Проанализировано современное состояние экономики Общества с ограниченной ответственностью Центра консультативно-диагностического «Малыш». В ходе анализа стало ясно, что ситуация, которая сложилась в деятельности ЦКДД «Малыш» за рассматриваемый нами период характеризуется следующими факторами:

1. Состояние системы управления и кадров, структуры врачебного персонала, материально-технической базы, амбулаторных услуг, продемонстрировало достаточный уровень. Эти характеристики предприятия здравоохранения рассмотрены и проанализированы в ходе исследования.

2. Проанализировано финансово-экономическое положение ЦКДД «Малыш». В ходе расчетов доходов, расходов и прибыли (учитывая налоги) уровень рентабельности предприятия составил %. Этот показатель является достаточно высоким для предприятия здравоохранения.

3. Рассмотрены виды планирования, которые осуществляются в ЦКДД «Малыш» в настоящий момент.

III. Составлен пример бизнес-плана ЦКДД «Малыш» на 2010-2012 гг., в котором предложено получение кредита предприятием (на модернизацию оборудования), предложены способы распределения полученных средств, рассчитан запас прочности для нового оборудования, составлены финансовые прогнозы на 2010 – 2012 гг. и представлен план действий ЦКДД «Малыш» на перспективу.

Финансовый прогноз показал, что эффективность инвестиций характеризуется следующими показателями:

1. Банк-инвестор получил выплату по кредиту (ставка 18%), т.е. 2 555 200 руб.
2. Количество прибыли за период 2009-2012 гг. возросло на 8 032 932 руб., уровень рентабельности в 2012 г. составит по прогнозам 35 %, т.е. повысится на 3,1 %.
3. Появление новых рабочих мест, за счет расширения производственной площади, что дает положительный социальный эффект.

Список использованной литературы

1. Зелькович Р.М., Исакова Л.Е. Бизнес-планирование в медицинском учреждении. Учебно-методическое пособие Кемерово: СибформС 2000 г.
2. Кобец Е. А. Планирование на предприятии. Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006. Тема: Сущность и функции планирования в управлении <http://planovik.ru/>
3. Левичев В.Е. Основы оценки недвижимости и земли. Учебное пособие. Барнаул. 1999г.
4. Троян Н.С. Связь оперативного плана предприятия и оперативных планов его структурных подразделений. <http://bestreferat.ru/>
5. Федеральный закон "Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов власти субъектов Российской Федерации"
6. Федеральный закон "Об общих принципах самоуправления в Российской Федерации"
7. Элланский Ю.Г., Пакус И.О., 2005 Планирование и финансирование здравоохранения <http://med-stud.narod.ru/med/pho/planning.html>
8. Юлдашева О. У. Бизнес-план в системе планирования предприятия <http://www.marketing.spb.ru/>
9. <http://inform.od.ua/> Организация процесса планирования
10. <http://inform.od.ua/> Понятие «план». Виды планирования и планов
11. <http://inform.od.ua/> Сущность и модель процесса стратегического планирования
12. <http://inform.od.ua/> Сущность и принципы функции планирования
13. <http://sbmanagement.narod.ru/> Экономическая сущность бизнес-планирования
14. <http://www.planinvestora.info/> Бизнес-планирование
15. <http://www.referats.5-ka.ru/> Сущность и классификация прогнозов

К ПРОБЛЕМЕ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ КЛАСТЕРОВ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Галимов Д.А. – аспирант

Бийский технологический институт (филиал) Алтайского государственного технического университета (г. Бийск)

При переходе к рынку объединение предприятий по отраслевому признаку утратило свою актуальность. Опыт ведущих зарубежных стран свидетельствует о том, что наиболее эффективна кластерная форма интеграции. Например, в Германии с 1995 г. действует программа создания биотехнологических кластеров. В Великобритании правительство определило районы вокруг Эдинбурга, Оксфорда и Юго-Восточной Англии как основные регионы размещения биотехнологических фирм. В Норвегии правительство стимулирует сотрудничество между фирмами в кластере «морское хозяйство». В Финляндии развит лесопромышленный кластер, куда входит производство древесины и древесных продуктов, бумаги, мебели, полиграфического и связанного с ним оборудования. Тесное взаимодействие

фирм данного кластера в распространении знаний обеспечивает им конкурентные преимущества перед основными торговыми соперниками. При этом, по оценке экспертов, Финляндия лидирует по уровню как исследовательской, так и технологической кооперации. Таким образом, большинство стран Европы выработало для себя ту или иную кластерную стратегию [1].

Согласно теории Майкла Портера, кластер - это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщики, производители и др.) и связанных с ними организаций (образовательные заведения, органы государственного управления, инфраструктурные компании), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга [2].

В России первые работы по кластерам появились в конце XX века. За это время защищено несколько десятков диссертаций по тематике кластеров. Однако многие аспекты теории кластеров до конца не исследованы. Но это не мешает осуществлять на практике эффективную форму территориально-отраслевого управления предприятиями. В Алтайском крае уже функционируют несколько кластеров, среди которых «Алтайский биофармацевтический кластер» («АБФК»).

История формирования и развития «АБФК»:

1. 1958 г. – на основании решения Совета Министров СССР в Бийске был создан комплексный институт.

2. 1966 г. - приказом Министра оборонной промышленности НИИ-9 переименовывается в алтайский научно-исследовательский институт химической технологии.

3. 1977 г. – на базе института и опытного завода химических продуктов организовывается НПО «Алтай».

4. 1991 г. – распад СССР и, как следствие, утрата хозяйственных связей, формирование независимых предприятий, работающих в сфере биофармацевтики.

5. 2006 г. – идея формирования партнерства участников кластера предложена в ходе разработки стратегий социально-экономического развития Алтайского края и г. Бийска;

6. осень 2007 г. – идея формирования партнерства участников кластера была поддержана Советом Федерации и Аппаратом Правительства РФ;

7. декабрь 2007 г. - делегация Алтайского края совершила поездку во Францию и Бельгию для ознакомления с передовым опытом формирования кластеров на основе современного европейского подхода;

8. июнь 2008 год – образовано некоммерческое партнерство «Алтайский биофармацевтический кластер».

НП «АБФК» объединило 23 предприятия Алтайского края.

Основной целью создания НП «АБФК» является содействие возрождению отечественной фармацевтики посредством организации на территории Алтайского края производства инновационных лекарств и субстанций, а также расширения производства качественных недорогих препаратов – дженериков и биологически активных добавок в рамках замкнутой производственной цепочки.

«АБФК» состоит из трёх компонентов: химико-фармацевтическое производство, биофармацевтическое производство и производство продуктов питания с заданными полезными свойствами. Естественными конкурентными преимуществами кластера являются биофармацевтика и биопарафармацевтика - направления, основанные на использовании уникальных природных ресурсов Алтая.

Всего участниками «АБФК» выпускается более 600 видов лекарственных средств, БАД, субстанций лекарственных средств, около 100 видов оздоровительной продукции на основе пантов. Участники «АБФК» обладают более 100 патентами, а некоторые из них являются единственными производителями в РФ фармацевтических субстанций, таких как хлористый калий, карбонат натрия, нафтизин, йодантипирин, ацетат натрия, карбонат магния, медь уксусно-кислая, клофелин, нитроглицерин и др. Суммарная действующая мощность производства предприятий «АБФК» - около 15 млрд. руб.

Составными частями «АБФК» являются:

а) органы государственного управления - Главное управление экономики и инвестиций Алтайского края; Администрация города Бийска; Союз промышленников Алтая;

б) научно-исследовательские предприятия - Институт проблем химико-энергетических технологий СО РАН (ИПХЭТ СО РАН); ГНУ НИИ садоводства Сибири им. М.А. Лисавенко; ФГУП «ФНПЦ «Алтай»;

в) образовательные учреждения – Бийский технологический институт (филиал) АлтГТУ им. И.И. Ползунова;

г) предприятия – Холдинговая Компания «Эвалар»; ЗАО «Алтайвитамины»; ОАО «Востоквит» и ряд других предприятий Алтайского края [3];

д) институт сотрудничества – НП «АБФК».

Центральным элементом кластера является Некоммерческое партнерство «Алтайский биофармацевтический кластер» (НП «АБФК»). НП «АБФК» влияет на производительность и конкурентоспособность бизнеса, выполняя множество посреднических функций на местных, региональных, национальных и международных рынках. Его роль заключается в осуществлении коллективной деятельности, поддержании взаимосвязей, установлении стандартов и др.

НП «АБФК», как добровольное объединение предприятий, не имеет права вмешиваться в хозяйственную деятельность предприятий-участников. Однако деятельность партнерства как управленческого и координирующего органа кластера нацелена, прежде всего, на согласование действий участников объединения, налаживание взаимоотношений, информационных каналов взаимодействия между предприятиями-участниками, актуализацию и решение неотложных проблем, которые препятствуют эффективной деятельности кластера и реализации совместных проектов. Структура управления НП «АБФК» представлена на рисунке 2.

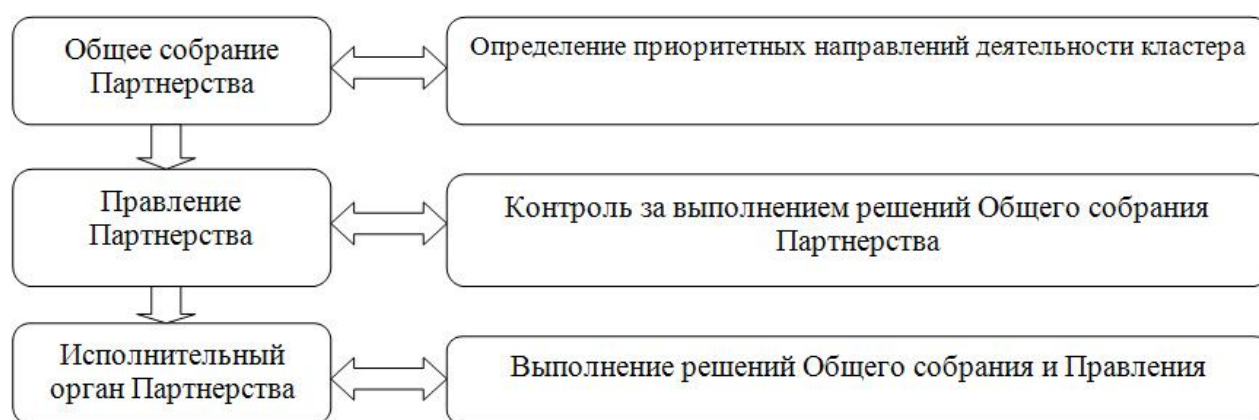


Рисунок 2 – Структура управления НП «АБФК»

Эти новые типы институтов только появляются, однако сфера их деятельности постоянно расширяется. При этом их деятельность не изучена, структура и функции не исследованы. Их дальнейшее изучение представляется тем более необходимым, поскольку для обеспечения конкурентоспособности кластера нужны длительно существующие организационные формы, способные обеспечивать согласованность различных принимаемых решений, координацию и преемственность планов развития.

Литература

1. Цихан Т.В. Кластерная теория экономического развития / Т.В. Цихан // Теория и практика управления Теория и практика управления. – 2003. - №5. – С.40.

2. Портер, М.Э. Конкуренция/ М.Э. Портер.- М.: Издательский дом «Вильямс», 2006.- 608 с.: ил.

3. <http://www.altaybio.ru/>