

Министерство образования и науки Российской Федерации

Алтайский государственный технический
университет им. И.И.Ползунова



НАУКА И МОЛОДЕЖЬ

3-я Всероссийская научно-техническая конференция
студентов, аспирантов и молодых ученых

СЕКЦИЯ

ЭКОНОМИКА

ПОДСЕКЦИЯ

ЭКОНОМИКА И ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Барнаул – 2006

ББК 784.584(2 Рос 537)638.1

3-я Всероссийская научно-техническая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых "Наука и молодежь". Секция «Экономика». Подсекция «Экономика и производственный менеджмент» / Алт.гос.техн.ун-т им. И.И.Ползунова. – Барнаул: изд-во АлтГТУ, 2006. – 66 с.

В сборнике представлены работы научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, проходившей в апреле 2006 г.

Организационный комитет конференции:

Максименко А.А., проректор по НИР – председатель, Марков А.М., зам. проректора по НИР – зам. председателя, Арзамарсова А.А. инженер Центра НИРС и молодых учёных – секретарь оргкомитета, Маркова Т.В., зав кафедрой «Экономика и организация производства» АлтГТУ – руководитель секции «Экономика», Балашов А.В. – редактор.

РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГРУЗОВЫХ АТП В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Автор: Ашихмин Д.В., ассистент ДЭиПМ

За последние годы средний темп роста парка грузового подвижного состава (2...3% в год) соответствует темпам экономического роста РФ. При этом грузовой транспорт обеспечивает свыше 90% суммарного увеличения объемов внутренних грузовых перевозок в экономике РФ, являясь основным видом транспорта для растущих секторов экономики [1].

Экономическая самостоятельность и ответственность за результаты своей деятельности, конкуренция, меняющиеся предпочтения и требования клиентуры в условиях рынка заставляют транспортные организации действовать более гибко в этих условиях неопределенности. В связи с этим на рынке грузовых транспортных услуг в настоящее время сложилась ситуация, кардинальным образом изменившая структуру транспортных организаций по сравнению с периодом перехода на рыночные отношения.

Так, сейчас резко возросла доля малых частных предприятий, имеющих в своем составе до 20 автомобилей, в общей структуре транспортных организаций, при соответствующем уменьшении количества средних грузовых автотранспортных предприятий АТП (свыше 20 до 200 автомобилей). Крупных же грузовых АТП (количеством автомобилей свыше 200) по стране осталось несколько десятков, и то это, как правило, государственные и муниципальные грузовые АТП общего пользования, обслуживающие приоритетные отрасли и объекты народного хозяйства, и являющиеся по сути своей убыточными [2]. Однако, постепенно нарастающиеся, после кризиса середины 90-х г.г., объемы грузоперевозок, повышенные требования потребителей к качеству перевозок требуют от перевозчиков организации предприятия с четко отлаженной системой управления перевозочным процессом, наличием маркетинговых и логистических служб, с технически исправным подвижным составом. В пределах малого предприятия создать эти необходимые условия достаточно сложно по следующим причинам:

- несоблюдение периодичности прохождения автомобилями технического обслуживания и текущего ремонта (ТО и ТР), либо их осуществление в кустарных условиях, что приводит к выходу из строя подвижного состава в процессе осуществления перевозок, что, в свою очередь, негативно влияет на качество перевозки;
- нестрогий контроль, либо несоблюдение режима труда и отдыха водителей, что существенно влияет на показатели безаварийности и сохранность груза;
- отсутствие эффективных современных (логистических и маркетинговых) подходов при управлении перевозочным процессом;
- наличие, как правило, однотипного подвижного состава не позволяет частникам заниматься перевозкой специализированных и специальных грузов.

Однако и у таких перевозчиков есть свои положительные стороны, за счет чего они привлекают клиентуру. Это прежде всего низкие затраты на перевозки по таким статьям как: отчисления на восстановление и ремонт шин, накладные расходы. Все это позволяет им снижать тарифы. Но в условиях рынка, когда наша страна пытается приблизить уровень своего производства и сферы услуг к международным стандартам, постепенно меняется и культура его участников, т.е. покупатель уже ориентируется в большей степени не на низкие тарифы, а на качество оказываемых услуг.

В связи с вышесказанным для вновь образующихся и уже существующих АТП предлагается комплекс мероприятий по повышению эффективности их деятельности, либо его можно назвать стратегией доминирования на рынке транспортных услуг (рисунок 1).

Раскрывая сущность представленной на рисунке 1 методики, следует остановиться на каждом из блоков предложенных мероприятий в отдельности.

Рассматривая первый блок «Использование логистических и маркетинговых подходов», нужно отметить прежде всего необходимость формирования отдела маркетинга на грузовых АТП. Так, для небольших АТП, либо при работе на первых порах, рекомендуется возложить маркетинговые и логистические функции на имеющихся специалистов



Рисунок 1 - Комплекс предлагаемых мероприятий по повышению эффективности деятельности грузовых АТП

материально-технического, эксплуатационного, планово-экономического отделов, введя их в соответствующие должностные инструкции. Для средних и крупных АТП рекомендуется создание соответствующего маркетингового отдела, на постоянной основе, как важнейшего подразделения, обеспечивающего эффективное функционирование АТП в условиях рынка. Данная служба будет решать задачи эффективного исследования рынка транспортных услуг (ТУ), а именно:

- исследование потребностей и предпочтений клиентуры;
- сегментирование рынка ТУ;
- использование концепций логистики при транспортировке (в частности, концепция «точно в срок»);
- обеспечение маркетингового контроля за качеством перевозок;
- прогнозы движения материалопотоков;
- обоснование установления тарифов на перевозку.

Применение современной техники и новых технологий подразумевает прежде всего постоянное обновление парка подвижного состава грузового АТП, так как прежде всего экономия от снижения эксплуатационных затрат в течение срока окупаемости покрывает привлекаемые капиталовложения. Не секрет, что согласно статистическим данным, средний возраст парка подвижного состава составляет в стране 10-15 лет, что выходит за рамки нормативного срока его службы. Кроме того, при осуществлении международных перевозок автомобили должны отвечать требованиям ЕЭК ООН, накладывающей жесткие требования на экологические параметры подвижного состава. А автомобили отечественного производства средне-статистическим сроком службы 10-15 лет далеко не отвечают данным требованиям.

Актуально оснащение новых автомобилей современными автоматическими системами, облегчающими труд водителя, повышающими безопасность движения и, соответственно, качественные показатели перевозочного процесса. В последнее время особую популярность при осуществлении перевозок приобрели навигационные системы, в частности спутниковые. Они позволяют передавать на диспетчерский пункт АТП всю информацию о автомобиле в процессе перевозок, позволяя таким образом контролировать его местоположение и качест-

венные показатели перевозочного процесса в любой момент времени как диспетчером АТП, так и грузоотправителем.

Основным направлением совершенствования системы транспортировки является маршрутизация, обеспечивающая сокращение транспортных издержек и повышение коэффициента использования пробега. В данной области наметились три направления [3]:

- совершенствование имеющихся алгоритмов, заключающееся в разработке рациональных маршрутов и составления графиков доставки продукции потребителям;
- разработка новых экономико-математических моделей (детерминированных и стохастических), которые лучше бы отражали продвижение материалопотока;
- слияние моделей маршрутизации с моделями других функций логистики, такими как управление запасами.

Диверсификация деятельности заключается в культивации грузовыми АТП новых вспомогательных видов деятельности (транспортно-экспедиционных, автосервисных, погрузочно-разгрузочных услуг), сопровождающих процесс перемещения грузов, что позволит получить дополнительную прибыль. Одно из направлений этой деятельности – усиление специализации и передача ряда функций от компаний-производителей продукции к транспортным организациям. Широкое распространение диверсификация получила у транспортных компаний США и Западной Европы. Так из 350 обследованных предприятий различных отраслей экономики США [2]:

- 70% передали транспортным фирмам функции по выполнению и оформлению расчетов за перевозку грузов;
- 20-22% фирм-производителей передали транспортникам функции контроля за грузами в пути следования, а также организацию электронного обмена данными между всеми участниками логистического процесса;
- 7-11% передали транспортникам функции контроля за товарно-материальными ресурсами, выполнению заказов и эксплуатации парка транспортных средств.

Выход нашей страны на мировой рынок заставил многие российские грузовые АТП получать сертификат качества на соответствие стандарту ISO 9000[1]. В связи с этим на предприятиях появилась необходимость в специалистах в области менеджмента качества и даже в соответствующих отделах. К основным показателям, характеризующим качество перевозок относятся:

- своевременное предоставление необходимого подвижного состава и в необходимом количестве;
- срочность и гарантированность доставки,
- сохранность груза

Для этого необходимо обеспечить высокое качество работы, непосредственно связанной с организацией перевозок (подготовка путевой документации, контроль и диспетчерское руководство, своевременное выявление сбоев).

Предлагаемая таким образом методика повышения эффективности деятельности предприятия в современных условиях жесткой рыночной конкуренции в целом является универсальной и позволит предприятию достичь ожидаемых результатов (представленных на рисунке 1), обеспечивающих надежную позицию фирмы в соответствующей отрасли.

Литература:

1 Горев А.Э. Грузовые автомобильные перевозки: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений.- 2-е изд., стер.- М.: Издательский центр «Академия», 2004.- 288с.

2 Лукинский В.С., Плетнева Н.Г. Модели и методы экономии затрат// Грузовое и пассажирское автохозяйство.- 2006.- №2.-С.20-25.

3 Белый Д.А., Диколов С.В. Маршрутизация в управлении логистикой// Грузовое и пассажирское автохозяйство.- 2006.- №2.-С.26-29.

СТРЕСС НА ПРОИЗВОДСТВЕ. ПРИЧИНЫ И СПОСОБЫ БОРЬБЫ С НИМ.

Автор: Байсмакова М.С. ст. группы ЭУП – 21

Научный руководитель: Аргудяев И.Г.

Стресс присутствует в жизни каждого человека. Стрессовые ситуации возникают как дома, так и на работе. Стресс - это напряженное состояние организма человека, как физическое, так и психическое. С точки зрения менеджмента, особого внимания достойны организационные факторы, которые вызывают стресс на рабочих местах. Выявив и устранив причины, менеджер в силах предотвратить многие стрессовые ситуации и повысить эффективность управленческого труда, а также достичь целей организации с минимальными психологическими и физиологическими потерями персонала.

Стресс может быть вызван факторами, связанными с работой и деятельностью организации или событиями личной жизни человека.

- *Личностные факторы.*

- *Организационные факторы:*

- ✓ Перегрузка или слишком малая рабочая нагрузка, т.е. задание, которое следует завершить за конкретный период времени.

- ✓ Конфликт ролей.

- ✓ Неопределенность ролей.

- ✓ Неинтересная работа.

- ✓ Существуют также и другие факторы.

Говоря о способах борьбы со стрессом, традиционный менеджмент выделяет: релаксацию; концентрацию; ауторегуляцию дыхания.

Релаксация - это метод, с помощью которого можно частично или полностью избавляться от физического или психического напряжения, путем простого расслабления. Неумение сосредоточиться - фактор, тесно связанный со стрессом, поэтому человек не должен терять умение концентрировать свое внимание. Человек имеет возможность, сознательно управляя дыханием использовать его для успокоения, для снятия напряжения - как мышечного, так и психического, таким образом, ауторегуляция дыхания может стать действенным средством борьбы со стрессом, наряду с релаксацией и концентрацией.

Если менеджеру удастся положительно повлиять на основные жизненные принципы работника, добиться того, чтобы релаксация и концентрация стали составной частью их образа жизни, то они стали бы уравновешеннее и более спокойно реагировали на стрессогенные факторы. Человек в состоянии сознательно воздействовать на те или иные процессы, происходящие в организме, т.е. обладает способностью ауторегуляции.

Понять свою собственную стрессовую ситуацию чрезвычайно важно: во-первых, проявление стресса у каждого человека индивидуально; во-вторых, у стресса, как правило, не может быть единственной причины - таких причин всегда множество; в-третьих, вы сможете найти наиболее приемлемый для себя выход из создавшейся ситуации. Менеджер в стрессовой ситуации должен стать проводником, помогающим выйти из этой ситуации.

Стресс - это неизбежность, о которой мы должны знать и всегда помнить. Стресс можно предвидеть. Нужно обязательно подготовиться к его приходу и постараться справиться с ним как можно лучше. Некоторых стрессов можно избежать вообще. Нельзя допускать победы стресса над собой. Надо терпеливо, с желанием готовить себя к сложным жизненным ситуациям.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К КАТЕГОРИИ «КАЧЕСТВО» В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Автор: Бакланова Е. ст. гр. ЭУП-41

Научный руководитель: Бородин В. А. профессор АлтГТУ

Всеобщей мерой оценки стало качество, в первую очередь, как соответствие стандартам: мировым, европейским. Рейтинг стран формируется ЮНЕСКО в соответствии с достигнутым уровнем качества жизни. Цивилизация XXI века – это цивилизация качества.

Для России чрезвычайно важна и актуальна проблема качества. В отношении страны она представлена широким спектром проблем: невысокое качество образования, здравоохранения, управления на предприятиях, низкое качество выпускаемой этими предприятиями продукции и, как следствие, невысокое качество жизни. Вопрос управления качеством, как и вопрос о качестве управления – это вопрос благосостояния нации.

Определимся теперь с содержанием категории «качество». Дискуссии по поводу единого для него определения ведутся учеными до сих пор в свете современного развития теории и практики управления. Американский специалист в области управления качеством Дж. Харрингтон выразил свое мнение по этому поводу следующим образом: "Качество - вещь забавная. Все о нем говорят, все с ним живут, и каждый думает, что знает, что это такое. Но лишь немногие придут к единому мнению об определении качества". [1]

Приведем основные трактовки термина «качество».

1. Качество как абсолютная оценка, синоним превосходства, признак бескомпромиссного соответствия стандартам.

2. Качество как свойство продукции. В этом значении качество является производной от какого-либо измеримого количественного параметра продукта.

3. Качество как соответствие назначению. Согласно данной трактовке качество представляет собой способность продукта или услуги выполнять свои функции.

4. Качество как соответствие стоимости. В этом случае качество определяется как соотношение полезности и цены продукта.

5. Качество как соответствие стандартам. В соответствии с данным производственным подходом качество определяется как соответствие техническим стандартам и условиям, которые включают в себя целевые и допустимые значения тех или иных параметров продукции или услуг.

У.Э. Деминг на вопрос, что такое качество, отвечал, что "качество можно определить только пользуясь системой оценок того человека, который пользуется товаром, кто судит о качестве". [1]

Теперь обратимся непосредственно к предприятию. Большинство компаний рано или поздно осознают потребность в совершенствовании основных и вспомогательных процессов, т.е. повышении качества управления.

Что именно следует понимать под этим термином - «качество управления»? Мы определим его на основе сравнения двух наиболее популярных сегодня моделей управления предприятием.

В настоящее время на российском рынке консалтинга предлагают различные услуги. Это, прежде всего, стандарт ISO 9001. ISO – это модель управления, в которой для изделия (услуги) создается такого вида инфраструктура, которая направлена на исключение возможного несоответствия требованиям и ожиданиям клиента, нормативам и стандартам. Она становится все более популярной, принимается на вооружение все новыми отечественными организациями. Следование данным стандартам является добровольным, однако их соблюдение признается международным сообществом как доказательство высокой эффективности предприятия и стабильного уровня качества выпускаемой продукции (услуг). Названные стандарты определяли качество как "совокупность свойств объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности". Притом под объектом понимается все, что может быть индивидуально описано и рассмотрено. Объектом может быть деятельность или процесс, продукция, организация, система или отдельное лицо, а также любая комбинация из них.

Однако кроме ISO существует немало других стандартов, систем, понятий, которые также реализуются в рамках управления компаниями. Один из них – понятие «регулярный менеджмент». Регулярный менеджмент – это система управления, построенная на принципе четкой и детализированной фиксации управленческой информации, имеющая жесткую иерархию регламентирующих документов, входящих в ее состав, простую и понятную струк-

туру, которая может поддерживаться в работающем состоянии силами специалистов компании без значительных затрат. [2]

Определимся теперь с объектом воздействия данных моделей. Для стандарта ISO – это бизнес-процесс. Регулярный менеджмент предлагает иную методологию. Используется комплексная система управления компанией. Применяются процессный подход, управление по отклонениям, повышение эффективности отдельных менеджеров и направлений деятельности. Это истинная ориентированность на клиента: внутренняя (например, на персонал) и внешняя (например, на контрагентов).

Степень детализации каждой из моделей также важна. Стандарт ISO обязывает предприятие разработать семь документов: руководство по качеству и шесть документированных процедур. При внедрении системы регулярного менеджмента создается не один десяток документов разной направленности и уровня воздействия: от должностной инструкции и регламента бизнес-процесса до положений о направлении деятельности и структуре управления.

Эффективность управления предприятием, качество этого управления, таким образом, в соответствии с ISO, - это степень соответствия его стандартам, которые, как мы считаем, являются менее совершенными, нежели у системы регулярного менеджмента. Для последнего качество определяется более полной системой взаимосвязанных показателей, оценивающих бизнес-процесс, мотивацию персонала, повышение отдельных направлений деятельности и прочие компоненты системы управления компанией.

Литература

1. Салимова Т. Современные подходы к определению содержания категории «качество». - http://quality.eup.ru/MATERIALY10/modern_quality.htm.

2. Шепелев А.Ю. ISO 9000 или регулярный менеджмент?//Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. - №1.

КОНСАЛТИНГОВЫЕ УСЛУГИ КАК ВИД ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Автор: Белкова Ю.С. студентка гр. ЭУП-12

Научный руководитель: Бессонова Н.Б.

На сегодняшний день существует много различных видов предпринимательской деятельности, одним из которых является консалтинг – деятельность, заключающаяся в консультировании производителей, продавцов, покупателей по широкому кругу. Становятся привычными консалтинговые услуги в области стратегического планирования и организационного развития, услуги в области финансового управления, налоговый консалтинг, консалтинг в области управления персоналом и его подбора и т.д. Консультации в области развития креативности, тайм-менеджмента, event-консалтинг, консультации по ведению бизнеса в Интернете и при получении ипотечного кредита, по экономической безопасности и деловой разведки, консалтинг по спонсорской деятельности и, наоборот. По защите от корпоративного шпионажа, наконец, консультации по фэншуй, - такой консалтинг не вызывает уже удивления.

Перспективным направлением для России становится нишевой консалтинг, вполне приемлемый для предпринимателей – одиночек и владельцев небольшого бизнеса.

Рецепт успеха нишевого консалтинга прост. Надо просто увидеть потребность и профессионально ее удовлетворить.

Физики-теоретики стали использовать теорию фракталов для описания бизнес-процессов. Фракталы применяются для анализа нестабильных растущих систем.

Дело в том, что российский бизнес активно растет, еще быстрее меняется внешняя среда. Линейные модели, которые приносят консультанты, не действуют. Нужны методы, которые могут работать в условиях хаоса. Рынок меняется быстрее, чем наша способность выстроить стратегию и модель работы на нем.

В компании должна быть структура, система целей, распределение ресурсов, - все жестко, регламентировано, продуманно. Но это частный случай. Стиль управленца отчасти тоже

напоминает броуновское движение (одна из форм фрактала). Часто именно иррациональность делает систему более гибкой, адаптивной и способной к росту. Малый бизнес, как правило, фрактал, не структурно-системный, а ценностно-интуитивно-коммуникативный.

Другой вид консалтинговых услуг – поиск ниши в конфликте «собственник – наемный менеджер».

Активный рост бизнеса радует его владельца доходами. Но слишком быстрый рост чреват потерей контроля над компанией, особенно если приходится уступать управление наемному менеджеру. Консультанты посещают ключевые деловые совещания, осуществляют сбор и анализ финансовой информации, работают с командой менеджеров разных звеньев над текущими проблемами, тем самым глубоко проникая в бизнес.

В результате собственники спокойны – контроль осуществляется квалифицированно, менеджеров успокаивает то, что им посылается копия отчета о работе компании, который предоставляется владельцу.

Представляет интерес консалтинг в сфере подбора подарков. Подарки – большой вопрос для многих, особенно для обеспеченных людей. Подарки необходимы, это – составляющая коммуникативной политики компании, это способствует созданию взаимовыгодных отношений со всеми заинтересованными сторонами. Консалтинговая фирма может вполне справиться с проблемой выбора оригинального подарка, способствующего укреплению деловых отношений.

В таком бизнесе существуют определенные преграды в виде сезонности. Большинство подарков «привязано» к главным праздничным датам – Новому году, 8 Марта, 23 Февраля, летом и осенью – затишье. Вторая преграда, мешающая такому бизнесу, является плохое знание дарителями и отсутствие у них информации о человеке, которому хотят сделать подарок.

Для Алтайского края нишевой консалтинг является новым направлением деятельности, еще не освоенным.

ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА ЯПОНИИ

Авторы: Белькина А.В., Черкасова А.К ст. гр. Ма-41

Научный руководитель: Макеева Н.Г.

Финансовая система – исторически сформированная и закреплённая действующим законодательством совокупность финансовых отношений, финансовых учреждений и финансовых фондов, которые обеспечивают процесс формирования и использования финансовых ресурсов для удовлетворения общественных потребностей.

Для того чтобы рассмотреть ФС Японии, охарактеризуем этапы развития и изменения финансовой ситуации в Японии за последние несколько лет.

Финансовая ситуация в Японии.

Финансовый кризис в Японии начался задолго до потрясений на мировых финансовых рынках. Его истоки следует искать в 80 – 90ых гг.

Во-первых, в этом десятилетии образовался значительный разрыв между внутренним спросом и предложением, создавался постоянный избыток капитала при дефиците потребительского спроса.

Во-вторых, экспортная ориентация обрабатывающей промышленности Японии осталась важной опорой экономического роста, результатом чего стала медленная дефляция, что обеспечило японским банкам огромную массу ликвидных средств, которые направлялись на спекулятивные сделки с акциями и недвижимостью. «Финансовый пузырь» на японском фондовом рынке возник еще и вследствие олигополистической структуры этого рынка и жестко зарегулированного доступа к биржевой котировке своих акций.

90е годы начались именно с того, что лопнул «финансовый пузырь». Наибольший ущерб понесла банковская система. Попытки правительства сохранить банки с помощью бюджетных вливаний не дали результата.

Наиболее глубокие причины финансовых потрясений связаны с кризисом корпоративной системы и кризисом отношений между банками и реальным сектором.

В попытке преодолеть кризис государственных финансов кабинет Р. Хасимото весной 1997 г. повысил налоги на розничные продажи с 3 до 5% и принял жесткий бюджет. Действия Хасимото затормозили рост потребительского спроса, а вслед за ним – частное жилищное строительство. Так что выход из длительного застоя был сорван.

Закон о реформе государственных финансов, принятый в ноябре 1997 г., предписывал постепенно сокращать бюджетные расходы на строительные работы и выпуск облигаций для покрытия бюджетного дефицита; предполагалось уменьшить субсидии местным бюджетам, сократить численность государственных служащих в провинции; планировалось существенно ограничить и в перспективе вообще упразднить государственный внебюджетный «фонд инвестиций и займов».

Кабинет Хасимото был вынужден прибегнуть к экстренным мерам для оживления экономики. Один за другим последовали несколько «пакетов» срочных мер и финансовых вливаний в экономику.

Правительство, сменившее кабинет Хасимото в 1998 г., выдвинуло другие приоритеты, оно взялось для оздоровления финансовой системы. Правительство сформировало административную сеть для передачи активов обанкротившихся кредитных ассоциаций здоровым финансовым учреждениям, создало Комитет по финансовому оздоровлению.

Финансовый кризис 1997 – 1998 гг. выявил противоречие, связанное с процессами глобализации в рамках хозяйственных отношений, с одной стороны, и необходимостью их эффективного регулирования – с другой. Как свидетельствует практика, неконтролируемое движение огромных спекулятивных капиталов на финансовом рынке чревато дезорганизацией национальных финансовых и экономических систем и несет угрозу стабильности валютной системы и экономике в целом. Между тем степень регулирования на национальном уровне и его эффективность несравнимы с системой международного регулирования. Ныне международные механизмы вступают в действие, как правило, постфактум, будучи неспособны предотвращать финансовые потрясения. Следовательно, проблема еще ждет своего решения.

Бюджетная система Японии.

Япония, являясь унитарным государством, имеет двухуровневую бюджетную систему, состоящую из государственного бюджета и бюджетов местных органов власти. Кроме этих звеньев, в финансовую систему страны также входят специальные фонды и финансы государственных предприятий.

Доходы и расходы бюджета группируются по разделам, статьям и параграфам. Бюджетный год Японии продолжается с 1 апреля по 31 марта.

Доходная часть государственного бюджета Японии формируется за счет налоговых и неналоговых поступлений. По сравнению с другими странами доля неналоговых поступлений в Японии достаточно высокая. Сюда входят доходы от арендной платы, продажи земельных участков и другой недвижимости, пени, штрафы, доходы от лотерей и т.п. В неналоговые статьи дохода включаются также остаток предыдущего года.

В Японии в отличие от других развитых стран удельный вес государственных расходов в ВВП небольшой.

Расходная часть бюджета включает в себя:

1. Социальное страхование - 36% расходной части бюджета. Традиционно эта статья является главной частью расходов государственного бюджета. Японское правительство уделяет большое внимание созданию достойного уровня жизни пожилым людям. Пенсионная система Японии достаточно сложная. Государственный бюджет обеспечивает треть выплат базовой пенсии. Остальное выплачивается за счет различных пенсионных фондов.

2. Субсидии органам местного самоуправления (20%) представляют собой финансовую помощь второму звену бюджетной системы - бюджетам префектур.

3. На финансирование общественных работ в бюджете 2001 г. было предусмотрено 11%. Правительство считает, что с помощью широкой программы общественных работ оно сможет вернуть экономику Японии на путь нормального поступательного развития. В программе общественных работ - сооружение новых линий скоростных железных дорог, работы по развитию авиационного транспорта, проекты, относящиеся к информационным технологиям, мероприятия по улучшению окружающей среды, а также дорожное строительство.

4. Образование и содействие науке(8%). Реализуя программу научно-технического прогресса, правительство Японии увеличивает ассигнования на НИОКР. Наука и образование – главный фактор экономического роста.

5. Оборона 6% расходной части бюджета.

6. Обслуживание государственного долга - 2% расходной части бюджета. Концу 2000/01 финансового года совокупный внутренний долг центрального правительства и местных администраций составил 130% ВВП. Эта наихудшая в развитом мире фискальная ситуация.

План возрождения Японии, который представляет собой схему прогресса Японии в XXI в., намечает ряд приоритетных сфер. Среди них выделяют четыре: информационные технологии, которые рассматриваются как базисные для экономического рынка; стареющее японское общество; улучшение окружающей среды; необходимость обновления японских городов.

7. Прочие расходы (17%): государственные пенсии местного самоуправления, экономическое сотрудничество, поддержка малого бизнеса, энергетика, контроль за продовольствием, трансферт на промышленные капиталовложения, резерв на общественные работы и другие.

Проблема бюджетного дефицита в Японии достаточно актуальна. В последнее время превышение расходов над доходами бюджета страны значительно больше допустимых мировым сообществом 3% ВВП.

Бюджетный процесс в Японии включает в себя четыре основные стадии: подготовка проекта бюджета; рассмотрение и утверждение; исполнение бюджета; составление отчета об исполнении бюджета.

Вторым звеном бюджетной и финансовой системы Японии являются бюджеты местных органов власти (префектур). В Японии 47 префектур, объединяющих 3045 городов, поселков и районов, каждый из которых имеет свой самостоятельный бюджет.

Доходная часть местных бюджетов состоит из налоговых и неналоговых поступлений. В Японии местные налоги не доминируют в местных бюджетах, составляя меньше половины их доходной части (около 40%). Это является принципиальной особенностью бюджетной системы страны. За счет средств местных органов власти в Японии финансируется развитие производственной инфраструктуры, мероприятия, связанные с ликвидацией последствий стихийных бедствий.

Третьим структурным элементом финансовой системы Японии являются специальные фонды. К ним относят страховые, пенсионные, сберегательные и некоторые другие. С середины 80-х гг. В Японии проводится постепенное реформирование пенсионной системы. Задача реформы - переход на выплату базовых пенсий, которые охватывают все население, и пенсий, выплачиваемых наемным работникам. Базовая пенсия выплачивается по старости, инвалидности, а также всем нуждающимся. На две трети она финансируется из различных страховых пенсионных фондов. Для получения базовой пенсии необходим 65-летний возраст и 25-летний трудовой стаж.

Финансы государственных предприятий как звено финансовой системы имеют свои особенности. В силу многих причин в Японии сложилось четкое разграничение сфер приложения капитала: частного - в производственную сферу, государственного - в инфраструктуру. Поэтому государственный сектор не является серьезным конкурентом ни в одной из областей производства, и его функционирование, по существу, полностью подчинено интересам частных корпораций.

Главная особенность регулирования государственных предприятий в Японии в том, что за их работу отвечает не одна регулирующая инстанция, а целая иерархия хозяев. У государственных предприятий есть общий верховный хозяин - парламент. Он принимает решения по планам и исполнению специальных счетов центрального бюджета, в которые оформлены балансы этих предприятий. Парламент утверждает цены, планы развития, объемы и источники финансирования, программы использования прибыли.

ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ АВТОГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Авторы: Гергерт А., Дерябин А.ст. гр. СП-21

Научный руководитель: Сухорукова О. Б., ассистент ДЭиПМ

На рынке ОСАГО складывается предкризисная ситуация — с таким паническим заголовком в начале ноября в СМИ был опубликован доклад одного из крупных аналитических центров. Авторы доклада, ссылаясь на проведенное ими исследование, утверждали, что темпы роста выплат по ОСАГО значительно опережают темпы роста премий, вследствие чего уровень выплат увеличивается из квартала в квартал в геометрической прогрессии: так, во II квартале 2005 года отношение страховых выплат к собранным премиям по автогражданке составило уже 51%, а к концу текущего года эта цифра может превысить 70%, что практически составляет критический уровень убыточности. Если добавить к данному показателю расходы на ведение дел на уровне 23% собранных премий, как предусмотрено в законе, то комбинированный показатель убыточности в среднем по стране превысит 90% уже по итогам 2005 года. А учитывая, что иски могут предъявляться и по уже истекшим договорам (особенно это касается нанесения ущерба здоровью и жизни), показатель может быть откорректирован, точнее, повышен еще на 10% как минимум, и тогда убыточность составит все 100%. К концу первого полугодия 2005 года из 170 обследованных компаний около 15% уже имели в среднем показатель уровня выплат в 84%, при том что критическим показателем уровня выплат считается более 70%. «Таким образом,— делают вывод авторы доклада, — в ближайшее время не исключены банкротства целого ряда страховщиков». Реакция страховщиков на это исследование была вполне предсказуемой — они с новой силой стали требовать повышения тарифов. Представители нескольких страховых компаний даже заявили, что в противном случае уйдут с рынка обязательного страхования автогражданской ответственности.

Однако большинство экспертов гораздо критичнее воспринимают выводы доклада и не видят в нем основания для истерик — серьезные компании действительно показывают рост убыточности, но проблемы возникают далеко не у всех. «Проблема с увеличением убыточности существует, но вряд ли это можно назвать кризисом рынка ОСАГО или даже предкризисной ситуацией», — считает вице-президент Росгосстраха Игорь Игнатьев. С ним соглашается и генеральный директор «Ренессанс Страхования» Николай Клековкин: «Наша убыточность составляет около 45 процентов от уровня премий, никакого кризиса я не наблюдаю и к концу года сильного роста выплат не предвижу. В дальнейшем выплаты будут расти — в основном в результате возмещения ущерба жизни и здоровью пострадавших в ДТП (сейчас застрахованные еще не очень активно обращаются по этим вопросам в страховые компании) — но к банкротству это не приведет».

Основываясь на опыте западных стран, можно сказать, что рост выплат по ОСАГО явление вполне нормальное, даже плановое. В 2003 году, когда ОСАГО только ввели, возмещение ущерба было минимальным, поскольку люди еще не адаптировались к новой системе, но очевидно было, что так долго продолжаться не будет. «Весь мировой опыт свидетельствует о том, что ОСАГО — наиболее убыточный вид страхования, и в серьезных масштабах заниматься им могут только крупные универсальные компании, имеющие большую клиентскую базу, сбалансированный портфель по видам страхования, грамотную инфраструктуру урегулирования убытков, — говорит Игорь Игнатьев. — В Европе, например, рынок ОСАГО является высококонцентрированным — его делят несколько крупных универсальных компаний». В России же автогражданкой кинулись заниматься все кому не лень:

многие вообще не представляли себе всех проблем этой сферы — правильного формирования страховых резервов, грамотного управления убытками, объема расходов на ведение бизнеса, необходимости диверсификации страхового портфеля с целью компенсации возможных убытков. Многие небольшие страховые компании вообще пришли на рынок ОСАГО только для того, чтобы решить свои сиюминутные финансовые проблемы. Даже сама Федеральная служба страхового надзора уже признала, что порядок выдачи лицензий на ОСАГО «был слишком формальным». В частности, как отмечает актуарий PricewaterhouseCoopers Сергей Завриев, регулятор не обращал внимание, какой — действительный или «нарисованный» — размер уставного капитала показывает ему страховщик. Так что критическое увеличение убыточности можно отчасти отнести на счет такого рода компаний. «Представляется, что основными факторами возможных финансовых проблем ряда страховых компаний, занимающихся ОСАГО, являются высокие расходы на ведение бизнеса, завышенная агентская комиссия, а она существенно выше тех 10 процентов, что утверждены членами Российского союза автостраховщиков в качестве предельного, отсутствие необходимого опыта и квалификации в урегулировании убытков по ответственности», — считает заместитель начальника управления поддержки розничного бизнеса ОСАО «Ингосстрах» Игорь Александров. Не стоит забывать и о том, что российское страхование до сих пор остается сферой действия различных полуправовых схем, что явно не лучшим образом влияет на финансовую отчетность страховых компаний. «Есть, в частности, такая практика на российском рынке, когда страховая компания платит своему агенту по продажам или по экспертизам очень высокую комиссию, таким образом выводя часть денег из бизнеса», — рассказывает Николай Клековкин.

Так что уход с рынка ОСАГО многих слабых компаний следует расценивать скорее как положительное явление, свидетельствующее об оздоровлении ситуации и приближении к европейским нормам. «Сегодня рынок ОСАГО во всех без исключения странах Восточной Европы значительно концентрирован — более половины собираемых премий приходится на одну-две крупнейшие страховые компании, которые одновременно являются лидерами на рынке имущественного страхования, — говорит Игорь Игнатьев. — И Россия, похоже, стала двигаться в этом же направлении».

Другая проблема, вызывающая убытки отдельных страховщиков по ОСАГО, — несоответствие ряда тарифных коэффициентов реальности. Напомним, что базовый тариф по автогражданке составляет 1980 рублей, к нему приплюсовывается коэффициент по территории, категории, виду транспортного средства, водительскому стажу автовладельца. «Уже сейчас понятно, что при расчетах этих коэффициентов были сделаны серьезные ошибки», — считает Николай Клековкин. В частности, в ряде городов — в Тюмени, Сургуте, Ханты-Мансийске, Челябинске, Екатеринбурге, Красноярске, Самаре, Казани — реальная аварийность оказалась существенно выше расчетной. Поэтому у многих страховщиков, работающих в этих регионах, уровень выплат приближается к предельно допустимым значениям. Наряду с этим очевидно и то, что территориальный коэффициент для многих крупных городов, включая Москву, завышен. Для исправления ситуации совсем не нужно увеличивать тарифы на 20-30%, как предлагают представители некоторых компаний, — вполне достаточно пересмотреть региональные коэффициенты, и ситуация в сфере ОСАГО существенно улучшится.

То же самое можно сказать и о коэффициентах, связанных с категориями транспортных средств. «Практика показала, что аварийность общественного транспорта очень высока, в то же время тарифы для автобусов и троллейбусов отнюдь не высоки», — говорит Николай Клековкин. Статистика утверждает, что детища российского производства заметно чаще, чем иномарки, попадают в ДТП, но автогражданка иномарки обходится дороже. В целом же нашим страховщикам не мешало бы обратиться к опыту зарубежных коллег. Например, немецкие страховщики, чтобы не остаться в накладе, постоянно изобретают новые тарифные планы по автогражданке. Понятно, что это сложнее, чем постоянно требовать от государства по-

вышения тарифов, зато существенно больше способствует росту конкурентоспособности профессионализма.

СТРАХОВАНИЕ ОТ ПЕРЕРЫВА В ПРОИЗВОДСТВЕ

Гредасова Е.Н., ст. гр. МА-41

Согласно ст.929 Гражданского кодекса РФ предпринимательский риск – это риск неполучения доходов или риск убытков от предпринимательской деятельности в результате невыполнения контрагентами своих обязательств или изменения этой деятельности по не зависящим от компании причинам. Один из классических примеров такого риска - непредвиденный перерыв в производстве.

Например, на Западе около 80% компаний, в сейфах которых по той или иной причине не оказалось полиса страхования от перерыва в производственной деятельности, в результате остановки производства и понесенного вследствие этого ущерба, уже не способны восстановить свою работу и уходят с рынка [9,65]. Также ни для кого не секрет, что большая часть оборудования на наших предприятиях устарела и ломается довольно часто. В этом случае предприятие, кроме прямого ущерба, несет и косвенные убытки в результате простоя. Вот почему предприятиям, деятельность которых зависит от работы сложного оборудования, необходимо страхование от простоев. Страхование от простоев – это страхование, по условиям которого страховщик компенсирует убытки в связи с остановкой производственной деятельности страхователя.[9]

Цель данной работы – показать принципы страхования от перерывов в производстве. В соответствии с целью были поставлены следующие задачи: раскрыть особенность страхования от перерыва в производстве, показать проблемы его реализации на сегодняшнем российском рынке. Объектом исследования является страхование от перерыва в производстве, а субъектом – российская специфика страхования от перерывов в производстве. Методика – описательный и компаративный метод.

Суть страхования от перерыва в производстве заключается не в том, что клиент страхует собственность, а в том, что он приобретает гарантию компенсации своих потерь и убытков в случае остановки производственного процесса, в дополнение к договору имущественного страхования. Перерыв в производстве считается наступившим, если производство или деятельность предприятия, указанная в договоре страхования, полностью или частично прекращается вследствие наступления материальных убытков. Материальный убыток возникает, если застрахованное имущество повреждается (уничтожается) в результате страхового случая, возмещение по которому должно быть выплачено страховщиком в соответствии с условиями договора имущественного страхования.

Особенности страхования от простоев производства.

Общим принципом при расчете размеров выплачиваемого страхового возмещения является то, что возмещение убытков не должно вести к обогащению страхователей.

Договором страхования от простоя устанавливается временная франшиза – от 3 до 10 дней, в течение которых убытки не оплачиваются.[8] При этом, обычно в страховании франшиза имеет денежное выражение, однако при страховании от перерыва в производстве оговаривается срок, после которого страховщик начинает возмещать ущерб. Чем больше франшиза - тем ниже тариф страхования. Установление франшизы связано с тем, что страхователь должен быть заинтересован в том, чтобы немедленно после наступления страхового случая приступить к ликвидации его последствий и к минимизации убытков. Если по истечении этого срока предприятие все еще не смогло возобновить работу в обычном режиме или полностью простаивает, страховая компания покроет убытки. Если же предприятию удастся встать «на лыжню» до истечения срока, то страховая компания не участвует в компенсации убытков. Однако договор может предусматривать и авансирование выплат – в этом случае какую-то часть возмещения (обычно не более 50%) клиент получает еще до возобновления производства. Убытки возмещаются в течение 14 банковских дней со дня получе-

ния от страхователя (или выгодоприобретателя) всех документов, необходимых для установления размеров и причин возникновения страхового случая[9,67].

Для того чтобы определить общий размер убытков от перерыва в хозяйственной деятельности и объем соответствующего страхового возмещения, обычно сравнивают результаты деятельности предприятия за время простоя с результатами, которых оно достигло бы при нормальной работе. При этом в расчет берутся все обстоятельства, которые могли бы повлиять на результат деятельности предприятия при нормальной работе. Но принимается во внимание и тот дополнительный доход, который предприятие получило за время простоя или в результате него. Расчеты, как правило, делают за 12 месяцев, предшествующих дате восстановления хозяйственной деятельности. Однако эти расчеты могут показать, что предприятие, работая в обычном режиме, не получило бы прибыли. В таком случае упущенная прибыль не возмещается [2].

Страхование от перерыва в производстве помогает минимизировать налоговые выплаты.[9,67] С 1 января 2002 года вступила в действие новая редакция статьи 236 Налогового кодекса РФ. Согласно ей, юридическим лицам разрешено в полном объеме относить расходы по страхованию имущества на себестоимость. В НК четко указан список рисков, которые подпадают под действие этой статьи. Перерывы в производстве в него не входят. Однако не случайно этот риск страхуется как дополнение к договору имущественного страхования. Благодаря этому расходы на страхование от перерыва в производстве предприятия относят на себестоимость.

Проблемы реализации на российском рынке сегодня.

Предприниматели заинтересованы в страховании от простоев, однако в реальности оказываются к нему неготовыми [1]. Основных причин две: во-первых, предприятие может застраховаться от простоев, если оно имеет прозрачную систему бухгалтерского учета; во-вторых, такое страхование предполагает проведение сложной предстраховой экспертизы, что чревато для клиента дополнительными финансовыми и временными затратами.

Не секрет, что подавляющее большинство небольших предприятий значительную часть своей деятельности ведет «в тени». Для того чтобы страховщик согласился обозначить в договоре сумму риска, предприятие должно доказать, что эту сумму оно может потерять. Если у него оборот происходит «вчерную», сделать это практически невозможно. Перерыв в производстве также привязан к прибыли. Это значит, что если у компании маленькая показанная прибыль, то в случае прекращения деятельности на какое-то время, скажем, в результате пожара, компания не получит соответствующую компенсацию.[4]

Так же договоры страхования от простоя отличает узость покрытия: далеко не все убытки, возникшие в результате перерыва в производстве, будут возмещены страховой компанией.[1] Так, не покрываются расходы, связанные с уплатой налогов на продажу, с оборота и аналогичных им налогов и сборов с капитала и основных фондов. Не компенсируются затраты на приобретение сырья и других материалов, используемых в хозяйственной деятельности предприятия. Кроме того, не возмещаются расходы по перевозке товаров, а также по операциям, не имеющим прямого отношения к застрахованной хозяйственной деятельности предприятия (операции с ценными бумагами, земельными участками или операции со свободными денежными средствами или капиталами, а также прибыль от таких операций). К тому же, если простой предприятия увеличен ведением судебных дел, выяснением отношений собственности, владения, аренды, найма имущества, то этот период также будет вычтен из времени остановки деятельности предприятия. А если возобновление деятельности задерживается по причине ограничений, наложенных властными органами на восстановительные работы, а также в случае, если у страхователя имеется дефицит денежных средств на восстановление производства, то страховая компания также не будет оплачивать время простоя, в течение которого страхователь урегулирует эти вопросы. Обязательства страховщика наступают лишь по поврежденному оборудованию, так как страховщики пока предпочитают работать только с понятными им классическими имущественными рисками и не вникать в договорные взаимоотношения между поставщиками и потребителями. Таким образом, оговорки в

договорах страхования от перерыва в производстве порой защищают страховщика лучше, чем клиента.

Кроме того, аналитиками замечено, что в российской практике нередко нарушается порядок составления акта о страховом случае, которому предшествует процедура установления причин страхового случая, расследования его обстоятельств, установления размера убытков и пр. [8] Страховщики, заботясь о своей репутации надежного плательщика и заинтересованные в данном клиенте, часто балансируют на грани закона и производят страховые выплаты по соглашению со страхователем без достаточных на то оснований.

Развитие страхования от перерывов в производстве получит дополнительный импульс только в условиях экономического роста в России. Оно может стать неотъемлемой частью при страховании лизинговых операций, инвестиций, имущественных рисков. Пока же этот вид страхования явно недооценен. Соответствующие страховки есть у менее чем 10% отечественных предприятий.

И хотя сегодня страхование от перерывов в производстве вряд ли можно считать главным в корпоративной иерархии ценностей, но это страхование является инструментом, позволяющим повысить стабильность функционирования предприятий и общую экономическую безопасность.

Практическая ценность данной работы заключается в том, что ее материалы могут быть использованы руководителями предприятий для повышения знаний в этой области. Новизна работы в том, что в ней представлена самая последняя и свежая информация исключительно по материалам интернета. В перспективе рассмотреть зарубежный опыт страхования от перерывов в производстве.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Александров В. Страхование от простоя // <http://www.kadis.ru/daily/dayjust.phtml?id=22295>
2. Алтынникова И. Страхование предпринимательских рисков// Главбух, №6,2001 <http://audit.afm.ru/articles/gb2001-06/>
3. Ленц Е. Запасной парашют. // Бизнес-журнал // <http://www.business-magazine.ru/print/offline/2004/50/34638/?html=1>
4. Моисеенко А. Простаивать и не бояться. // Бизнес-журнал // <http://www.business-magazine.ru/print/offline/2003/24/27650/?html=1>
5. Фатеев А. За ценой не постоим // Алтайский бизнес журнал №6 (4), 2006. с.64-67
6. Беспереывное производство. Еженедельник «Директор-Инфо» // <http://www.director-info.ru/Article.aspx?id=13193&iid=529>
7. Спасите от простоя // Страхование, № 21 (111), 6-12 июня 2005 // <http://www.finansmag.ru/16502/16541/16545/print>
8. Страхование убытков от перерыва в производстве // <http://solominka.ru/pages/fin/ubi.htm>
9. Финансовый словарь Finam // <http://dictionary.finam.ru/dictionary/wordf0063100024/default.asp?n=>

ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Автор: Иванов А. студент гр.СП-22

Научный руководитель: Сухорукова О.Б.

Федеральной службой государственной статистики ежеквартально проводятся выборочные обследования деловой активности строительных организаций в 79 регионах Российской Федерации. Обследования дают оценку взглядов их руководителей на текущую конъюнктуру в сфере строительного бизнеса и перспективы его развития.

В форму входят гармонизированные показатели, применяемые при конъюнктурных обследованиях в большинстве стран Европейского Сообщества. Это показатели, оценивающие портфель заказов, производственные мощности, изменения численности занятых, цен реализации, финансового положения организации, экономическую ситуацию в целом и др.

Указанные показатели оцениваются по параметрам «увеличение/улучшение», «без изменений», «уменьшение/ухудшение» или «выше нормального уровня», «на нормальном уровне», «ниже нормального уровня». Качественный характер этих вопросов позволяет принимать во внимание факторы, которые, возможно, еще не были формализованы. Эта характеристика экономических переменных, получаемая на основе обследований деловой активности, зачастую позволяет давать упреждающую информацию об изменениях в сфере деятельности строительного комплекса.

Разработка информации по ф. № ДАС предусмотрена с учетом процента не ответивших респондентов.

В рамках обследования проводится однократное взвешивание ответов респондентов по числу занятых и распространение итогов до всей совокупности единиц статистического наблюдения. По результатам обследования рассчитывается индекс предпринимательской уверенности, представляющий собой среднее арифметическое «балансов» оценок уровня производственной программы и ожидаемых изменений численности занятых.

Обобщенная оценка конъюнктуры в строительстве. Результаты проведенного обследования строительных организаций показывают, что в строительном секторе увеличилось число заключенных договоров, численность занятых, обеспеченность строительных организаций собственными финансовыми ресурсами.

Руководители 86% строительных организаций в III квартале 2005 г. оценили экономическую ситуацию в строительстве как «благоприятную» и «удовлетворительную».

В IV квартале 2005 г. 77% руководителей строительных организаций не ожидают ее изменения. Руководители 17% строительных организаций считают, что экономическая ситуация в строительстве улучшится, 5% респондентов ожидают ее ухудшение.

Производственная деятельность строительных организаций. Средняя обеспеченность заказами в III квартале 2005 г. составила 6 месяцев (против 5 месяцев во II квартале 2005 г.). Крупные строительные фирмы по-прежнему обеспечены заказами на более длительный срок (7 месяцев), чем организации с численностью до 20 человек (3 месяца).

В III квартале 2005 г. по сравнению со II кварталом 2005 г. доля организаций, у которых производственная программа соответствовала «нормальному» уровню, увеличилась с 63 до 72%, доля тех, кто оценил ее «ниже нормального» уровня, уменьшилась с 34 до 26%. В 2004 г. в этом периоде наблюдалось уменьшение первого показателя с 59 до 54% и увеличение второго с 39 до 44%. В группировке по численности занятых лучшее положение с производственной программой отмечено в крупных строительных организациях.

В III квартале 2005 г. доля организаций, у которых отмечено уменьшение объема работ, выполняемых по виду деятельности «строительство», составила 13%, что на 5% меньше, чем во II квартале 2005 г., доля организаций, у которых зафиксировано его увеличение, выросла с 24 до 30%. Баланс оценок изменения этого показателя составил (+17%) против (+6%) во II квартале 2005 г. В IV квартале 2005 г. доля организаций, у которых прогнозируется увеличение объема работ, превысит долю тех, кто предполагает его уменьшение; баланс оценок изменения показателя составит (+13%). Согласно прогнозу, увеличение физического объема работ ожидают 20% руководителей организаций, уменьшение — 7%.

Средний уровень загрузки производственных мощностей в

III квартале 2005 г. составил 65% (во II квартале 2005 г. — 62%). При этом 5% организаций имели уровень загрузки не более 30%, 12% организаций — свыше 90%. По-прежнему наблюдается существенная дифференциация загрузки мощностей по группам организаций с различной численностью занятых.

Оценивая обеспеченность строительных организаций производственными мощностями относительно спроса на строительные работы в ближайшие 12 месяцев, руководители 1% строительных организаций отметили, что их будет «более чем достаточно», 83% — «достаточно», 16% — «недостаточно».

В III квартале 2005 г. наблюдалось увеличение численности занятых в строительстве — баланс по данному показателю составил (-1%) против (-4%) во II квартале 2005 г. В строи-

тельных организациях с численностью занятых свыше 200 человек баланс данного показателя составил (+3%). В IV квартале 2005 г. не ожидают снижения численности занятых 93% респондентов, из них 14% предполагают ее увеличение.

Портфель заказов по-прежнему находится на низком уровне, баланс по данному показателю составил (-24%). Лучшая обеспеченность заказами отмечена в строительных организациях совместной российской и иностранной форм собственности, а в группировке по численности занятых — в крупных и средних строительных фирмах.

Основными факторами, сдерживающими деятельность строительных организаций, остаются высокий уровень налогов (на этот фактор указали 45% опрошенных руководителей организаций), неплатежеспособность заказчиков (39%) и высокая стоимость материалов, конструкций, изделий (38% руководителей).

Среди факторов, ограничивающих производственную деятельность, по субъектам малого предпринимательства преобладают неплатежеспособность заказчиков (47% опрошенных), высокий уровень налогов (45%), высокая стоимость материалов, конструкций, изделий (42% респондентов).

Финансовое состояние строительных организаций. В III квартале 2005 г. 26% респондентов указали на увеличение прибыли, 4% — на ее уменьшение. Баланс оценок по данному показателю составил (+22%) против (+15%) во II квартале 2005 г. В IV квартале 2005 г. руководители 17% строительных организаций прогнозируют увеличение прибыли и 5% — ее уменьшение, 56% респондентов считают, что ситуация не изменится.

В III квартале 2005 г. обеспеченность строительных организаций собственными финансовыми ресурсами по сравнению с предыдущим кварталом не изменилась для 61% строительных организаций. Улучшение данного показателя наблюдается в 16% организаций, ухудшение — в 18%. Баланс оценок данного показателя увеличился с (-4%) во II квартале 2005 г. до (-2%) в III квартале 2005 г.

Средний уровень обеспеченности финансированием составил 5 месяцев. Хуже обеспечены финансовыми ресурсами организации с численностью до 20 человек (3 месяца), лучше — строительные организации государственной формы собственности (6 месяцев).

Инвестиционная деятельность по-прежнему находится на низком уровне. В III квартале 2005 г. 23% организаций не осуществляли инвестиции, у 13% отмечался рост инвестиций.

В III квартале 2005 г. цены на строительные материалы и строительные монтажные работы повышались почти теми же темпами, что и в предыдущем квартале. Балансы оценок изменения этих показателей составили соответственно (+82%) и (+65%) против (+81%) и (+64%) во II квартале 2005 г.

Региональные особенности деловой активности строительных организаций. Повышение деловой активности в III квартале 2005 г. наблюдалось в 39 регионах. Результаты проведенного обследования свидетельствуют, что в 41 из 79 регионов, участвующих в обследовании, индекс предпринимательской уверенности выше, чем в среднем по России. При этом положительное значение этого показателя отмечалось в республиках Северная Осетия—Алания, Татарстан, Адыгея, Башкортостан, Коми, Красноярском крае, Камчатской, Орловской, Ростовской, Свердловской, Челябинской областях и др. Самое низкое значение индекса предпринимательской уверенности (-43%) зафиксировано в Псковской области.

В III квартале 2005 г. по сравнению со II кварталом 2005 г. в большинстве регионов России наблюдалось увеличение объема работ, выполняемых по виду деятельности «строительство». Среди них республики Марий Эл, Хакасия, Башкортостан, Дагестан, Карелия, Чувашская Республика, Читинская, Свердловская, Челябинская, Волгоградская, Кемеровская, Курская, Тамбовская, Ростовская области и др.

Увеличение численности занятых в строительстве в IV квартале 2005 г. наиболее интенсивно будет проходить в Республике Калмыкия, Красноярском крае, Орловской, Астраханской и Камчатской областях.

Основными факторами, сдерживающими деятельность строительных организаций в регионах, по-прежнему, являются высокий уровень налогов и неплатежеспособность заказчиков. На фактор «высокий уровень налогов» указали более 90% руководителей строительных организаций Республики Дагестан и Брянской области. Увеличение задолженности заказчиков за выполненные работы в III квартале 2005 г. отмечали в строительных организациях республик Тыва, Северная Осетия—Алания, Кабардино-Балкарской Республики, Приморского, Хабаровского, Ставропольского краев, Магаданской, Владимирской областей и др. Фактор «высокая стоимость материалов, конструкций, изделий» отметили более 80% руководителей строительных организаций Владимирской области.

ЗНАЧЕНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ ЦЕПОЧЕК ЦЕННОСТЕЙ В РАСКРЫТИИ НОВЫХ РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ.

Автор: Казакевич Э.Ю. ст. гр. САПР-22

Научный руководитель: Лукина Е.В.

В настоящее время все рыночное пространство можно разделить на «реальное рыночное пространство» (РРП), являющееся «реальной» физической средой для традиционной концепции маркетинга, и «виртуальное рыночное пространство» (ВРП), функционирующее в условиях интерактивных информационных сетей и являющееся средой для реализации концепции виртуального маркетинга.

Параллельно с РРП недавно возникло и в настоящее время успешно развивается ВРП, стимулируемое развитием информационных систем. В общих чертах ВРП представляет собой виртуальный рынок товаров и услуг, действующий в условиях цифровых сетей передачи данных (прежде всего через INTERNET).

В связи с разделением всего рыночного пространства на РРП и ВРП возникают следующие три вида взаимодействия между данными рыночными системами:

1. «Чистое» РРП. В данном случае ВРП фактически не используется.
2. РРП с элементами ВРП. В данном случае деятельность в ВРП способствует повышению эффективности основного «оффлайнового» бизнеса.
3. «Чистое» ВРП. При этом достигается самостоятельный результат в ВРП (собственно «онлайнный» бизнес). Информация, циркулирующая в рыночном киберпространстве, может служить источником автономных конкурентных преимуществ.

В настоящее время достижение наивысшей эффективности практически любого бизнеса невозможно без использования как технологий РРП, так и ВРП.

Современное ВРП можно подразделить на четыре основных типа:

1. «Бизнес для бизнеса» (Business-to-Business – B2B);
2. «Бизнес для потребителя» (Business-to-Consumer – B2C);
3. «Потребитель для потребителя» (Consumer-to-Consumer – C2C);
4. «Потребитель для бизнеса» (Consumer-to-Business – C2B);

Рынок B2B состоит из корпоративных участников – поставщиков и покупателей, а также всевозможных посредников. Покупатели на рынке B2B используют приобретенные продукты не для конечного потребления, а для применения в процессе производства другой продукции.

Процесс закупки на рынке B2B состоит из восьми этапов:

1. Осознание проблемы;
2. Обобщенное описание нужд;
3. Определение характеристик продукта;
4. Поиск поставщиков;
5. Запрос предложений;
6. Выбор поставщиков;
7. Составление заказа;
8. Оценка работы поставщика;

В состав участников рынка B2B, кроме поставщиков и покупателей продукции промышленного назначения, входят всевозможные посредники, осуществляющие функции по организации процесса «онлайновой» торговли. В настоящее время посредниками на рынке B2B являются электронные торговые площадки и «онлайновые» аукционы, на которых регистрируются, находят друг друга, ведут переговоры и заключают сделки представители поставщиков и покупателей. Особое место на рынке B2B занимают организации, оказывающие всевозможные услуги для бизнеса (например, разработчики ERP – систем и CRM – систем).

B2C, как и B2B, представлен тремя видами участников: покупателями, продавцами и посредниками. Однако, в отличие от рынка B2B, покупатели здесь представлены не организациями, приобретающими продукцию для использования ее в процессе производства другого продукта, а частными лицами, которые покупают продукт с целью конечного потребления.

Рынок B2C представлен следующими основными типами организаций – участников:

- Электронные магазины – осуществляют торговлю потребительскими товарами;
- Аукционы B2C – сетевые ресурсы, позволяющие лицу, желающему продать какой-либо товар, найти покупателя по наиболее высокой цене;
- Производители различного программного обеспечения, нацеленного на «домашнее» использование;
- Другие виды деятельности, связанные с торговлей конечной продукцией.

Рынок C2C представлен, с одной стороны, частными лицами, желающими продать какой-либо товар или услугу, а с другой – частными лицами, желающими купить какой-то продукт у другого частного лица. Чаще всего предметом купли – продажи здесь выступают подержанные вещи или самостоятельно оказываемые услуги.

Теоретически рынок C2B представляет собой товары и услуги, которые потребители (частные лица) предлагают корпоративным заказчикам.

В ВРП компании имеют возможность создавать потребительскую ценность своих продуктов не только с помощью «физических», традиционных для РРП способов, но и с помощью виртуальных цепочек ценностей, увеличивая тем самым ценность продукта для потребителя.

В реалиях ВРП целесообразно рассматривать цепочку ценности компании, с двух точек зрения – в случае использования ВРП в качестве дополнения к РРП и в случае самостоятельного функционирования в ВРП.

В том случае, если мы имеем дело с дополняющей функцией ВРП по отношению к РРП, можно говорить о простом переносе реальной цепочки ценности (РРП) в виртуальную среду (ВРП) без каких бы то ни было изменений. Цепочка ценностей, перенесенная в ВРП из РРП в неизменном виде, называется реально-виртуальной.

Кроме рассмотренного выше способа формирования потребительской ценности в ВРП в качестве дополняющего эффекта к деятельности компании в РРП, имеют место самостоятельные процессы формирования ценности непосредственно в ВРП. В данном случае следует говорить о самостоятельной ценности информации в качестве ключевого конкурентного преимущества любой современной компании. При этом процессы создания ценности в ВРП происходят независимо от реальных цепочек ценности. Основными этапами формирования потребительской ценности продукта здесь являются: сбор, систематизация, отбор, агрегирование и распределение информации.

Успех или неуспех того или иного продукта, произведенного какой-либо компанией, определяется характером зависимости между компонентами так называемого маркетингового треугольника, который включает:

- Собственно продуктивное предложение компании;
- Потребности и нужды покупателей;
- Аналогичные продуктивные предложения конкурентов;

В рамках концепции маркетингового треугольника успешное достижение конкурентных преимуществ подразумевает, что продуктивное предложение компании полностью согласуется с системой ценностей и ожиданиями потребителей.

Основным инструментом контроля конкурентной ситуации на рынке является информация, которая определяет способность компании создавать конкурентные преимущества и реализовывать их в форме успешных продуктовых предложений на рынке.

Таким образом, ВРП предлагает два возможных способа повышения эффективности «физического» производства в РРП:

1. Рост эффективности как результат процесса получения информации. Посредством получения информации о потребностях и нуждах каждой конкретной целевой группы потенциальных потребителей в ВРП облегчается процесс производства продуктов, соответствующих индивидуальным запросам.

2. Рост эффективности как результат процесса распределения информации. Посредством распространения информации в ВРП относительно параметров продуктового предложения различных компаний потребители становятся более осведомленными о преимуществах того или иного продукта.

В итоге, разделение всего рыночного пространства на РРП и ВРП определяет выделение информации в качестве ключевого источника конкурентных преимуществ в РРП и в качестве самостоятельного фактора производства в ВРП.

Литература

1. Кирцнер И.М. Конкуренция и предпринимательство. - М.: ЮНИТА-ДАНА, 2001.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.:Ростинтэр, 1996.
3. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом», № 6(44), 2004

АНАЛИЗ СИТУАЦИИ НА РЫНКЕ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Г. БАРНАУЛА

Автор: Капишникова Е.С. ст. гр. 5ЭУП-01

Научный руководитель: Бессонова Н.Б.

Коммерческая недвижимость – это нежилые объекты, используемые для коммерческой деятельности с последующим извлечением прибыли. К ней относятся офисы, склады, магазины, производственные помещения, базы.

3 последние два-три года рынок нежилой недвижимости активизировался. Барнаульский бизнес нуждается в современных, качественных площадях для размещения предприятий и фирм. Наличие достаточно устойчивого платежеспособного спроса на нежилые объекты связано, в первую очередь, с видимой экономической стабилизацией в стране и определенным накоплением денежных средств у предпринимателей и населения. Пользуются популярностью как небольшие помещения под магазины и офисы, так и крупные – под торговые центры и производственные цеха.

Во всех крупных мегаполисах уже пришли к тому, что маленькие магазинчики уступают в конкурентной борьбе большим торговым центрам. Похожая тенденция наблюдается и в г. Барнауле. Огромные заводские площади, которые сейчас практически не используются, привлекают иногородних инвесторов.

Для многих начинающих предпринимателей зачастую не под силу купить сразу большое помещение под магазин или офис. Поэтому очень востребованным является перевод квартиры в нежилой объект.

Удовлетворение спроса на коммерческую недвижимость идет не только за счет переоборудования квартир или реконструкции старых административных и производственных зданий, но и с помощью новой застройки. И с увеличением спроса на офисные помещения к объектам коммерческой недвижимости предъявляются повышенные требования. Современные нежилые помещения должны быть оборудованы оптово-волоконными телекоммуникациями, системами кондиционирования, современными лифтами, паркингом и системами охраны. Именно поэтому в Барнауле строящихся нежилых объектов административно-торгового назначения на данный момент немного. В основном прирост городского нежилого фонда идет за счет первых этажей строящихся жилых домов.

Цены на нежилые помещения напрямую зависят от их местоположения. Покупать нежилые объекты можно с рассрочкой платежа. Еще одним выходом при ограниченных денежных ресурсах является долевое строительство. Выбор системы расчета за помещение зависит только от возможностей покупателя. Положительным моментом является отсутствие резких колебаний стоимости на нежилые объекты, свойственных развивающимся рынкам. Это свидетельствует о том, что рынок коммерческой недвижимости в Барнауле становится все еще более профессиональным. По экспертным оценкам, спрос на коммерческую недвижимость превышает предложение почти в три раза, а цены за последние три года растут на 30 – 35 % в год. За последние три года повысился спрос и на аренду торговых помещений, особенно на помещения с большим набором сервисных услуг и помещения, расположенные в «активных районах» города. В сравнении со спросом рост предложений торговых площадей был незначительным. Из торговой недвижимости большим спросом пользуются небольшие торговые площади размером 20 – 50 квадратных метров.

Величина арендной платы зависит от следующих факторов: структуры спроса и предложения, месторасположения, наличия дополнительного сервиса (коммуникаций, парковок и т.п.), требований арендаторов к качеству торговых площадей.

В стоимость аренды торговых площадей, как правило, включаются коммунальные платежи, охрана, уборка помещений, телефон. Стоимость электроэнергии оплачивается отдельно или фиксируется в договоре. Размер коммунальных платежей может меняться в зависимости от тарифов на отопление и воду. С ростом заполняемости помещений расходы на коммунальные платежи и ремонтные работы уменьшаются в расчете на одного арендатора.

В целом, оценивая рынок аренды торговых площадей г. Барнаула, можно сказать, что этот рынок развивается и является выгодным для осуществления инвестиций.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

Автор: Карманова А.В. ст. гр. ЭУП-41

Научный руководитель: Бородин В. А.

Стратегия эффективного управления взаимосвязями с клиентами (ECR) активно используется производителями товаров народного потребления во всём мире. И хотя эта стратегия применяется во многих отраслях экономики уже более 10 лет, в повседневную практику российских предприятий она внедряется очень медленно. Тому есть ряд причин. Во-первых, уровень знаний в области организации сотрудничества в цепочке поставок только недавно вышел на необходимый уровень. Во-вторых, грядущая жесткая конкуренция на рынке требует от средних компаний вступать в кооперацию с партнёрами по цепочке поставок.

Сегодня исходя из финансовой целесообразности имеет смысл сотрудничать как с поставщиками, так и с конкурентами - и в области эффективного управления взаимосвязями с клиентами, и при управлении цепочками поставок. Это позволит компаниям создать конкурентный задел на национальном и международном рынках.

ECR - Efficient Consumer Response - метод эффективной организации цепочки создания стоимости, ориентированный на получение потребителем положительного эффекта. [2] Задачей метода является улучшение совместными усилиями промышленности и торговли цепочки снабжения, чтобы иметь возможность предложить потребителям оптимальное качество, услуги и многообразный ассортимент продуктов и достичь при этом сбалансированного соотношения цены и проделанной работы.

ECR представляет собой способ радикального изменения содержания сотрудничества между промышленностью и торговлей. В основе этого метода лежит совместная оптимизация цепочки поставок, начиная с поставки сырья и кончая пополнением полок магазинов.

ECR уходит от конфронтации при рассмотрении цен и стремится к большему сотрудничеству в областях маркетинга, закупок, продаж, логистики и использования информационных технологий. Это позволяет поставщику и розничной торговле совместными усилиями раскрыть

потенциал рационализации и темпов роста, что было бы невозможно при использовании только узкоспециальных мер внутри отдельных предприятий. Реализовать раскрытый с помощью ECR потенциал рационализации могут как крупные, так и малые и средние предприятия.

Метод ECR исходит из того, что в будущем конкурировать будут не предприятия, а цепочки создания стоимости. А это делает неизбежным создание кооперативных объединений между производителями и торговлей.

ECR смещает центр тяжести переговоров с обсуждения цены и условий. Основным содержанием переговоров становится вопрос лучшего удовлетворения потребностей клиентов. Ситуация «Push the Retailer» меняется на «be pulled by Consumer», то есть вместо принципа «Оказывай давление на продавца» пропагандируется принцип «иди за потребителем» [2]

Современные ожидания клиентов подвержены существенным изменениям. Промышленность и торговля должны уметь адаптироваться к ним. И здесь одного фокусирования на ценообразовании недостаточно.

Инициативная группа ECR Europe стимулирует формирование единого понимания метода ECR в Европе, имея в основе документ, который содержит сотни различных практических примеров, - Global ECR Scorecard (карта сбалансированных оценок ECR).[1] Эта карта разбита на три области: спрос, предложение, помощники и интеграторы. Метод ECR с ориентацией на спрос рассматривает практику совместного использования ECR, которая позволяет стимулировать спрос через стимулирование совместной деятельности в области маркетинга, сбыта и соответствующих закупок. Применение ECR в области предложения рассматривает практику совместного использования метода для оптимизации предложений с фокусированием на совместной деятельности в области логистики и цепочек поставок. Помощники и интеграторы поддерживают спрос и предложение через совместные информационные и коммуникационные технологии и программные приложения для оптимизации процессов. Электронный обмен данными (Electronic Data Interchange - EDI) является основным инструментом открытого обмена информацией и данными. [2] Обмен данных происходит на основе согласованных стандартов. В связи с широким внедрением ECR возрастают и требования к электронному обмену данными.

Широта предлагаемого потребителям ассортимента розничной торговли ведет к созданию высоких издержек в областях закупок, упаковки, перевозки, грузоперевалки и складирования. Чтобы снизить эти издержки и иметь возможность предложить конечному потребителю еще более широкий ассортимент продуктов, компании стремятся оптимизировать эти процессы или перейти к модульному принципу создания грузовых единиц (Unit Loads), а также провести широкую стандартизацию логистических рамочных условий. Делается это в рамках стратегии создания эффективных грузовых единиц (Efficient Unit Loads).

Стратегия эффективного пополнения запасов (Efficient Replenishments), которая строится на основе упомянутых выше стандартов, имеет цель - оптимизировать всю логистическую цепочку. [2] Соединение в одну интегрированную систему конечных потребителей, торговых филиалов, складов и производителей ведет к созданию товарного потока, оптимального по времени движения и размерам издержек. Благодаря более быстрому прохождению более точных информационных потоков, электронному методу получения товаров, созданию складских и транспортных пулов снижаются затраты на грузообработку и пополнение запасов.

Все перечисленные выше инструменты и стратегии, относящиеся к области предложения, служат по большей части повышению эффективности и снижению издержек в торговле к промышленности. Для областей спроса необходимы кроме этих инструментов и стратегий дополнительные элементы, поддерживающие процесс выведения продукта на рынок и услуги, которые эффективно способствуют повышению удовлетворенности клиента и позволяют создать дополнительную стоимость для потребителей.

Управление категориями товарных групп (Category Management) позволяет перейти от повышения внутренней эффективности на предприятии к ориентации на клиента. ИИ Иновационные системы бизнес-сотрудничества позволяют предложить потребителям тре-

буемые ими услуги и товары, превышающие средний уровень качества и средние сроки поставок в такой форме, которая наилучшим образом будет соответствовать их потребностям.

На рынке присутствуют и продукты, обеспечивающие узкую функциональность (например, управление контактами), и полнофункциональные интегрированные CRM-системы (Customer Relations Management), объединяющие в себе несколько модулей (в частности, модули продаж, маркетинга, сервисного сопровождения, проектного управления и электронной коммерции). Г11 Несомненно, промышленные CRM-системы превосходят своих меньших «узкофункциональных» братьев, поскольку обеспечивают возможность построения автоматизированных процессов продаж и получения достоверных результатов сбытовой деятельности, представляя их в виде различных «срезов» информации, сгруппированной по заданным параметрам (по регионам, каждому продавцу, отрасли, продуктам и т.д.). Управление сделками с применением полнофункциональных CRM-систем переходит на более высокий качественный уровень.

Одним из основных препятствий полной реализации потенциала CRM по-прежнему остаются ограниченные возможности интеграции существующих коробочных решений, предлагаемых производителями. Во многих первых реализациях «коробок» были предприняты попытки объединить продукты нескольких производителей с собственными разработками и интегрировать корпоративные приложения в существующие системы. Сейчас все больше появляется гибких систем. Производители все чаще обеспечивают в своих продуктах более высокий уровень интероперабельности, вовлекая в рабочий процесс максимально возможное число потоков потребительских данных. Для создания «экосистемы» CRM замкнутого цикла коммуникационный процесс предстоит еще очень долго совершенствовать.

Используемая литература:

1. Соломатин Е. Рынок CRM : ВРЕМЯ СОБИРАТЬ КАМНИ И ЛЕЧИТЬ ОТ ЗАБЛУЖДЕНИЙ // Логинфо. - 2006. - №2. - С. 36-43.
2. Строим взаимосвязь, или «просто» // <http://www.loginfo.ru/>

РОЛЬ ЛИЧНОСТИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ СИСТЕМ

Автор: Климова В. А. аспирант 1 года обучения ДЭиПМ

Научный руководитель: Бородин В. А., д.э.н., профессор ДЭиПМ

Становление современного общества приводит к принципиальным изменениям в стратегии управления. Переходный период в современной России сопровождается глубокими структурными изменениями в обществе. Во всем мире, в том числе и в России происходят глубокие социокультурные изменения, в ходе которых все более актуальной становится роль и значение личности в процессе управления.

Структурные сдвиги в экономике на современном этапе проявляются в форме изменения положения элементов, долей, пропорций и количественных характеристик экономической системы. В основе всякого сдвига в экономической структуре лежит сдвиг в системе интересов и потребностей хозяйствующего субъекта либо их групп (государства, корпораций, предприятия или отдельного индивида), а сами сдвиги предстают в виде макро, мега, микро и наносдвигов соответственно. Экономические интересы представляют собой побудительные мотивы действий людей для обеспечения объективно необходимых условий жизни и осознаются в виде материальных потребностей. Они проявляют себя как движущая сила действий индивидов. Вступая в отношения друг с другом, стремясь реализовать свои интересы и потребности, индивиды образуют группы, коллективы, интересы которых воплощаются в конкретных экономических действиях, составляющих сущность структурных сдвигов на микро, мезо и макроуровнях. [4]

Таким образом, началом процессов, приводящих в действие механизм структурного сдвига в экономике, является наносдвиг, т.е. сдвиг в экономических интересах и потребностях индивида.

В течение последних лет и России идет интенсивное и целенаправленное институциональное строительство. В наибольшей степени это касается институтов, имеющих значимую социальную компоненту. [4]

В последние годы стала ясна и необходимость глубокого переосмысления самой роли институтов в текущей экономической и социальной деятельности. Выяснилось, что институты не только влияют на поведение социальных агентов, но и лежат в самом основании восприятия ими действительности. Институты создают не только ограничения или стимулы для социальных действий, как считалось ранее, но и сам повод или возможность для организации.

Институт характеризуется целым рядом признаков, и различие хотя бы одного из них требует считать соответствующие институты разными. [4]

В зависимости от типа субъекта Г. Клейнер разделяет институты на:

- макроэкономические, определяющие протекание макроэкономических процессов;
- мезоэкономические, распространяющие действие на мезоэкономические структуры (отрасли, регион и, вертикальные комплексы и т.п.);
- микроэкономические, относящиеся к принятию решений, деятельности и взаимодействию организаций (предприятий), а также взаимодействию между предприятиями и заинтересованными в их деятельности субъектами;
- наноэкономические, определяющие социально-экономическое поведение отдельных агентов-индивидов.

Наноэкономические институты относятся в значительной мере к социопсихологической сфере и тесно связаны с ментальными и культурными особенностями граждан данной страны, местности или сообщества.

О.В. Иншаков предложил схему формирования институциональной системы как одного из результатов взаимодействия трех основных сил в системе "человек - природа - общество".

Человек, в соответствии с логикой данной концепции может рассматриваться как сознательно действующий самостоятельный организм и в этом качестве имеет ряд потребностей: "витальные", т.е. обеспечивающие жизнедеятельность (включая потребности, связанные с возможностью внутренней и внешней коммуникации членов общества; и ролевые, т.е. связанные с взаимоотношениями с другими общественными образованиями, природой, и потребности саморазвития.

Многообразие человеческой личности, ее неповторимая индивидуальность, разнообразные мотивы ее деятельности (в том числе и прежде всего хозяйственной) сделали необходимым при научном анализе использовать наиболее унифицированное представление о человеке, действующем в конкретной экономической системе.

Для разработки эффективных инструментов менеджмента необходим научный подход к описанию и предсказанию поведения индивида, основанный на синтезе общественных наук, требующий определенного обобщения и типизации. Модель человека в экономической и других общественных науках формировалась на протяжении долгого времени, однако единого определения модели человека даже в современной экономической науке не существует.

Наиболее известное деление экономической науки на разделы (дисциплины), основанное на классификации объектов и предметов исследования, согласно которому экономическая наука подразделяется на две области: макроэкономика и микроэкономика, не является достаточным для объяснения проблем, возникающих в сфере взаимоотношений между человеком-субъектом и предприятием-объектом. Различные экономические агенты, такие как работники и фирмы, не могут описываться с помощью одной теории микроэкономики. [2]

Работник – это физически и идеологически неделимый индивидуум, а фирмы – коллектив, в котором принятием и исполнением решений занимаются нередко многие сотни тысяч организованных определенным образом индивидов – работников данной фирмы и акционеров.

Для описания мотивации и факторов поведения отдельного индивида К. Эрроу в 1987 году впервые ввел термин «наноэкономика». [2]

В экономической литературе на русском языке термин «наноэкономика» был впервые предложен в 1996 году Г. Клейнером, который определил его как «область экономической науки, объектами изучения которой являются внутренние процессы на предприятиях и в организациях, механизмы и факторы принятия экономических решений отдельными физическими лицами». [2]

Место наноэкономики в системе основных разделов экономической науки определяется естественным положением ее объекта – индивидуума – в системе экономических объектов. Задача наноэкономики – объяснять и прогнозировать экономическое поведение человека, определять внутренние и внешние детерминанты и факторы его поведения в различных экономических ситуациях.

Особенностью наноэкономики является наиболее тесное соседство с другими, неэкономическими дисциплинами, она является наиболее естественным и подходящим полем для синтеза экономических и социальных наук.

Модель факторов, определяющих деятельность субъекта наноэкономики, состоит из трех составляющих:

1. деятельность субъекта (аналитическая, производственная и коммуникационная);
2. ресурсы, потребляемые субъектом (материальные, информационные, трудовые и финансовые);
3. особенности психологического склада субъекта (психотип, экономический менталитет, характер разрешения споров, ценностные ориентации, цели и ожидания).

В настоящее время в России основными агентами рыночных и нерыночных экономических отношений все более являются не предприятия, организации и учреждения, а в первую очередь физические лица, действующие как субъекты экономики физических лиц либо имеющие возможность решения от имени соответствующих хозяйствующих субъектов. [3]

Переход к «экономике физических лиц» является продолжением многолетней тенденции уменьшения размеров экономических агентов, что особенно ярко выражается, в силу специфики Алтайского края, в сельскохозяйственном производстве (личные подсобные хозяйства) и таких сферах малого бизнеса, как торговля и оказание услуг.

В 2005 году было проведено исследование экономического поведения сельского населения. Результаты исследования показали, что ведение личных подсобных хозяйств по значению в жизни сельского населения в современных условиях представляет собой основную составляющую самозанятости.

Развитие самозанятости сельского населения обусловлено рядом исторических предпосылок. В течение переходного периода развитие самостоятельной занятости домашних хозяйств было естественной реакцией населения на возникшие серьезные экономические трудности, для некоторых категорий населения ведение личных подсобных хозяйств сделалось одним из главных направлений адаптации к новым экономическим и социальным условиям.

Исторические, социальные, национальные, региональные традиции крестьянского двора, сельский образ жизни веками формировали своеобразную крестьянскую психологию, которая является неотъемлемым и даже одним из наиболее важных факторов, определяющих деятельность ЛПХ как субъекта наноэкономики.

Наноэкономические процессы, протекающие в сфере личных подсобных хозяйств, в полной мере определяют характер их деятельности как экономических агентов, поэтому все возможные экономические преобразования должны учитывать не только экономические аспекты, но и психологические, исторические, социальные и другие неэкономические факторы, которые определяют деятельность этих субъектов, чему и будут посвящены наши дальнейшие исследования.

Список литературы

1. Иншаков О. Структурное уточнение содержания экономической теории: потенциал многоуровневого подхода. – Российский экономический журнал. 2003, №3, с. 84-86
2. Клейнер Г. Б. Наноэкономика. – Вопросы экономики, 2004, №12 с 70-93

3. Клейнер Г. Б. Современная экономика России как «экономика физических лиц». – Вопросы экономики. 1996, №4. с. 81-95
4. Клейнер Г. Б. Эволюция институциональных систем. – М.: Наука, 2004. - 240 с.

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Автор: Кобозев О. В.ст. гр. ЭУП-31
Научный руководитель: Ларионова И. А.

Идеальным вариантом для системы бухгалтерского и управленческого учета с точки зрения руководителя компании и собственника – это получение всей необходимой информации по всему предприятию на любой момент времени, а не за прошлый месяц. Только в таком случае можно управлять эффективно. Когда система работает эффективно, это означает, что эффективно работает каждое ее звено, подразделение. Определен круг задач, отлажены документооборот и обмен информацией. Создание современной автоматизированной системы влечет за собой необходимость переоснащения технической базы и совершенствования организации обмена данными.

При этом правильный выбор программного продукта – один из определенных моментов автоматизации бухгалтерского учета. На рынке компьютерных программ в России представлен широкий спектр вариантов бухгалтерских программ от самых простейших, способных выполнить минимальный набор операций, необходимый для мелких фирм, до очень разветвленных, осуществляющих расширенный комплекс операций с глубокой аналитикой. Самыми распространенными являются «1С бухгалтерия», «Парус» и HRB, а также "Контур Бухгалтерия - Бюджет" и программы серии БЭСТ. При выборе программного обеспечения для предприятия возможны различные варианты.

Приобретение у фирмы-производителя готового типового программного продукта, полностью отвечающего потребностям этого предприятия. Такие типовые программные продукты успешно реализуют бухгалтерский учет на предприятиях однородной деятельности с общей спецификой учета и находят широкое применение на малых предприятиях.

Составление индивидуального проекта, если невозможно подобрать типовую программу для предприятия. Индивидуальное проектирование выполняется как силами программистов предприятия, так и с привлечением специалистов со стороны. Стоимость проектных работ при этом значительно увеличивается по сравнению с приобретением типового проекта. Индивидуальное проектирование рекомендуется проводить на предприятиях со своей спецификой учета, в основном на крупных и средних предприятиях.

Доработка и установка типового проекта «под ключ» осуществляется фирмами, занимающимися консалтингом в области информационных технологий, а также франчайзинговой сетью, обеспечивающими настройку системы на решение любых отраслевых и специализированных задач, адаптацию к специфике учета на конкретном предприятии.

Первый и третий варианты выбора программного продукта фактически ставят пользователя в зависимость от производителя. Очень трудно вести речь об универсальности бухгалтерских автоматизированных систем. Специфика ведения бухгалтерского учета на разных предприятиях, постоянно меняющегося налогового законодательства, изменение форм отчетности определяет необходимость адаптации практически любой системы.

Характерной чертой отечественных программ для бухгалтерского учета стало расширение их традиционного состава за счет таких дополнительных модулей, как финансовый анализ, учет инвестиций, производство, складской учет и др.

Однако реализация расширенных и даже стандартных функций в отечественных программах оставляет желать лучшего. Как показывает практика, очень часто фирмы, поддавшись рекламе, переходят на известные программные продукты, например, 1С. Особенно странным кажется отказ при этом от программ, разработанных штатными или приглашенными программистами и успешно используемых бухгалтерами предприятия, так как уже при установке «профессиональных» программ начинаются проблемы. Сначала они связаны с пе-

реносом баз данных, которые, как правило, бухгалтерам приходится заносить вручную. Да и в процессе ежедневного использования того же 1С у бухгалтеров и программистов складывается ощущение очень сомнительного удобства работы с ней при учете основных фондов, в настройке расчета заработной платы, организации налогового учета, при формировании книги продаж и покупок и т.п..

Казалось бы, одним из основных преимуществ лицензионных программ является возможность их обновления, однако даже опытным специалистам приходится немало потрудиться, чтобы сохранить в целостности все свои настройки. А если бы пришлось обновлять версию годичной давности, да еще настроенную другим специалистом, то по сложности и стоимости это было бы равносильно первоначальному внедрению.

Тот кто задумывается над внедрением последних версий 1С:Предприятия должен четко представлять для себя не только достоинства, о которых он хорошо осведомлен через рекламу, но и серьезные недостатки присущие этому продукту, о которых обычно умалчивают. Надо признать, что, хотя эти программы и сделаны на русском языке, по уровню сервиса они далеко не соответствуют современным возможностям профессионального программирования, и связано это, прежде всего, с ограничениями среды разработки, заметно уступающей мировым лидерам в этой области.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Автор: Ковтун П., Ковальчук С. ст. гр. ЭТ-11

Научный руководитель: Бессонова Н.Б.

Формы и системы заработной платы представляют собой способы установления зависимости величины заработной платы от количества и качества затраченного труда с помощью совокупности количественных и качественных показателей, отражающих результаты труда. Основное их назначение – обеспечение правильного соотношения между мерой труда и мерой его оплаты, а также повышение заинтересованности работников в эффективном труде.

Основными формами заработной платы являются повременная и сдельная. При повременной оплате мерой труда является отработанное время, а заработок начисляется в соответствии с тарифной ставкой работника или окладом за фактически отработанное время.

При сдельной оплате мерой труда считается выработанная рабочим продукция, и заработок зависит от количества и качества произведенной рабочим продукции, т.к. при данной системе заработная плата начисляется за каждую единицу продукции, исходя из установленной сдельной расценки.

В последнее время широкое распространение получили гибкие системы оплаты труда, основанные на участии работников в прибылях или доходах предприятия. В данных системах заработная плата работников состоит из двух основных частей: постоянной и переменной. Постоянная часть представляет собой базовый оклад работника, который регламентируется запланированным фондом заработной платы, а переменная часть представляет собой доплату, размер которой зависит от общей эффективности работы (прибыли) всего предприятия. Рассмотрим некоторые из этих систем.

Критерий эффективности труда Форда. Основная суть предлагаемой системы заключается в том, что в ней, по аналогии с гибкой системой оплаты труда, заработная плата работников состоит из двух частей: постоянной и переменной. Постоянная часть заработной платы представляет собой фиксированный оклад, а переменная часть – надбавку, размер которой зависит не только от результатов труда отдельного работника, но и от результатов труда коллектива, в котором он работает, и доли его участия в общих результатах коллектива. Отличительная особенность предлагаемой системы оплаты заключается в том, что она не только стимулирует труд самих работников, но и обеспечивает для руководства предприятия возможность оперативного управления и стабилизации необходимой эффективности труда работников при неконтролируемых изменениях доходов предприятия.

Многофакторная и всефакторная системы. Главное их содержание заключается в том, что заработная плата определяется в зависимости от большого количества факторов, а различия сводятся к технологии определения воздействия самих этих факторов.

При многофакторной системе общая заработная плата работника складывается из оплаты за выполнение многочисленных норм, среди которых не только нормы выработки, но и нормы по экономии различных видов издержек производства и обращения, нормы по эффективности использования оборудования и т.п. Кроме того, в этой системе предусматривается выполнение нормативных требований к повышению качества продукции, поддержке и улучшению необходимых технологических процессов и т.д. В итоге окончательная заработная плата корректируется посредством множества коэффициентов, в которых отражается реализация указанных норм.

При всефакторных системах, как правило, разрабатывается единый синтетический показатель эффективности процесса труда работника, и заработная плата определяется динамикой этого показателя.

Коллективные системы премирования. Главная их суть заключается в непосредственной зависимости оплаты отдельных работников от результатов деятельности всей фирмы.

Наиболее распространенной в этой совокупности форм стала система участия в прибылях (система Линкольна). Обеспечение большей прибыли для фирмы означает увеличение размеров оплаты для каждого работника.

Система участия в результатах работы, фирмы (система Раккера). В ней предусматривается стимулирование к достижению работниками конкретных производственных показателей, например, экономии сырья, материалов, рационального использования инструментов и оборудования и т.п. В других случаях устанавливается определенный процент прямых затрат на оплату труда в общей стоимости готовой продукции. Если реальный процент прямых затрат на заработную плату оказывается меньше запрограммированного, то сэкономленная таким образом сумма образует премиальный фонд.

Специфические формы оплаты труда отражают социально-психологические моменты. В этом случае выделяются наиболее квалифицированные, старательные и преданные фирме работники, которые переводятся на месячную гарантированную ставку с присвоением им статуса служащих фирмы. Такие формы получили несколько наименований – «саларизация» заработной платы (от английского слова «salary» - жалованье), индивидуализация заработной платы, применение личных тарифных ставок. В других случаях, в частности, на некоторых японских предприятиях, вводятся надбавки к заработной плате из прибыли тем рабочим, которые оказывают благоприятное воздействие на морально-психологическую обстановку в коллективе.

Каждая из рассмотренных систем обладает преимуществами и недостатками. Наиболее сложными являются многофакторные и все факторные системы. В силу специфики российского менталитета маловероятно использование специфических форм.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ

Автор: Косоногов К. Е. аспирант ДЭиПМ

Научный руководитель: Родина Г. Е., к.э.н., доцент

Формирование муниципальных рынков жилищно-коммунальных услуг (ЖКУ) началось с Указа президента РФ №425 от 28.04.1997. «О реформе ЖКХ в РФ» и до сих пор является одной из важнейших задач реформирования российской экономики в последние годы. Сегодня рынок ЖКУ РФ, на первый взгляд, не является привлекательным для инвестирования в силу социальной «загруженности» отрасли, низкой рентабельности, а зачастую и убыточности (по крайней мере, на начальном этапе) ряда направлений и необходимости крупных первоначальных капиталовложений.

Отрасль ЖКУ - одна из самых масштабных и стабильных в отношении спроса. Миллионы людей - все население России - постоянно пользуются и будут пользоваться тем или

иным комплексом жилищных и коммунальных услуг. Систематическое недофинансирование отрасли ЖКХ в РФ привело к ее неплатежеспособности.

Реальное продвижение любой реформы, в том числе коммунальной, невозможно без соответствующей нормативно-правовой базы, определяющей механизм финансирования отрасли. Необходимо формирование конкурентной среды, привлечение частных инвестиций, внедрение новых технологий, развитие договорных отношений. Срочно ввести ряд мер для повышения качества экономического анализа. Разработать и внедрить экономические механизмы по снижению себестоимости ЖКУ и повышения фондоотдачи основных фондов. Оптимизировать финансовые потоки по зачетным схемам и т.д.

Одна из основных экономических проблем ЖКХ состоит в том, что себестоимость производства электроэнергии значительно (до нескольких десятков раз) отличается в зависимости от типа, возможностей, местоположения электростанции. Таким образом, изначально производители энергии не могут конкурировать между собой по объективным причинам. Объективно, в большинстве случаев, невозможно быстро расширить структуру производителей и подрядчиков электроэнергии - потребители получают электроэнергию только от электростанции своего региона и по сформированным инженерным сетям.

Монополизация данного сектора составляет 100 %, но даже в этом случае изменить ситуацию и внедрить конкурентные отношения реально как с инженерных, так и с экономических позиций. Такие работы уже ведутся, но требуется большое количество инвестиций, так для строительства одной мини-ТЭЦ необходимо свыше 300 миллионов рублей, а окупаемость данного проекта составит 3-5 лет. Ну а если пока нет экономической и инженерной возможности разрушения вышеуказанных монополий, то с финансовых, контрольных, социально-политических, технических точек зрения и соображений безопасности целесообразно сохранение хотя бы нынешней доли государственной и муниципальной собственности в данных секторах. По этому виду услуг остро необходима повсеместная установка приборов учета расхода энерго-, тепло- и водных ресурсов, что позволит сократить и расходы семей, и нерациональное использование ресурса. С другой стороны, установка приборов учета невыгодно производителям данных услуг, т.к. все потери распределяются равномерно среди плательщиков. Полностью должен произойти переход на прямые платежи за услуги между ресурсоснабжающими предприятиями и населением.

Советская схема городских котельных устарела и здесь достаточно легко и абсолютно обоснованно (с инженерных и экономических позиций) перейти на современные методы подачи и учета горячей воды и тепла. Необходимо применение мини-котельных, либо (если позволяют инженерно-технические условия) индивидуальных водонагревательных котлов соответственно для жилых домов, общественных учреждений и т. п. Например введение одной газотурбинной ТЭЦ (ГТТЭЦ) хватит, чтобы при полной загрузке ее мощностей обеспечить теплом всех потребителей барнаульской ТЭЦ-1, а численность персонала необходимого для корректной работы ГТТЭЦ всего 6 человек (для сравнения ТЭЦ-1 обслуживает свыше 300 человек).

Важнейшим элементом должно стать создание конкурентной среды в системе управления и обслуживания жилищной сферы, что позволит собственникам жилья и объектов коммунального назначения выбирать ту организацию, которая сможет обеспечить необходимый уровень качества работ и услуг по наиболее низким ценам. Развитие конкуренции в жилищно-коммунальной сфере будет осуществляться в целях создания условий для преодоления негативных последствий монопольного или доминирующего положения (в том числе технологически обусловленного) организаций жилищно-коммунального хозяйства. Контроль за наличием и соблюдением условий договоров между собственниками объектов жилищно-коммунального хозяйства, производителями и потребителями услуг, надзор за состоянием государственного, муниципального и частного жилищных фондов, а также указанных объектов, за выполнением обязательных технологических процессов, обеспечивающих экологическую безопасность населения, может осуществляться как со стороны органов местного само-

управления, так и органов государственной жилищной инспекции субъекта Российской Федерации.

Каждый житель должен иметь право выбрать поставщика коммунальных услуг, предоставляющего свои услуги качественнее, оперативнее и дешевле. А для этого необходимо создание конкурентной среды среди всех поставщиков услуг. Для создания эффективного рынка требуется чтобы на нем присутствовало 3-5 крупных и около 10 малых предприятий. Создание на базе ЖЭУ и отдельных домов жилищных и жилищно-строительных кооперативов согласно раздела 5 главы 11 Жилищного Кодекса РФ №189-ФЗ от 29.12.2004. в редакции федерального закона №199-ФЗ от 31.12.2005. И так в каждой сфере, а их насчитывается более десятка. Необходимо привлечение или организация компаний, использующих альтернативные формы предоставления коммунальных услуг, в том числе автономные системы жизнеобеспечения, не связанные с сетевой инженерной инфраструктурой объекты (крышные котельные, газоснабжение от емкостного и баллонного газа и другие).

От органов местного самоуправления целесообразно требовать ускорить процесс разгосударствления организаций жилищно-коммунального хозяйства, функционирующих в этой сфере, обеспечить реальное равноправие хозяйствующих субъектов различных организационно-правовых форм и заключение соответствующих договоров на конкурсной основе. В сфере действия естественных монополий, связанных со сложившейся технологией, следует применять дополнительные методы антимонопольного воздействия. А на муниципальном уровне следует завершить процесс разграничения и оформления прав собственности на объекты жилищно-коммунального хозяйства в соответствии с порядком, предусмотренным распоряжением Президента Российской Федерации от 18 марта 1992 г. N 114-рп.

Требуется четкое осознание, за счет чего формируется тариф. Существует необходимость понять, как финансируется жилищно-коммунальное хозяйство. Ведь сама по себе оценка поставки той или иной услуги не имеет четких критериев. Вода, доставленная на 11-й этаж, по своей себестоимости дороже, чем вода, доставленная на 1-й этаж, но в любом случае воду надо доставить потребителю. А процесс доставки - комплексный процесс. Это работа очистных сооружений, насосных станций, трубопроводов различного диаметра. И эта комплексность создает сложную структуру формирования тарифа. К сожалению, зачастую в тариф могут вноситься затраты, которые происходят по вине ресурсоснабжающей организации. В связи с этим повсеместное внедрение индивидуальных приборов учета (счетчиков воды, тепла) вкуче с начинающими действовать едиными информационно-расчетными центрами (ЕИРЦ) должно дать каждому жителю страны и края возможность точного подсчета, в каком количестве поставлены услуги, сколько и за что конкретно нужно платить. Как только у нас появится возможность считать, можно говорить о более рациональном использовании городских бюджетных средств. Уйдя от дотаций ресурсоснабжающим организациям, сэкономленные средства можно перераспределить и направить, например, на ремонт и содержание жилищного фонда. Небольшие подсчеты показывают, что при этом могут быть сэкономлены миллионы рублей.

В результате этих мер себестоимость жилищно-коммунальных услуг должна ощутимо снизиться, одновременно на новый уровень выйдет качество и техническая безопасность. Таким образом, формирование полноценного рынка ЖКУ и переход на новое качество хозяйствования в этой сфере возможны только при соответствующем нормативно-правовом и финансовом обеспечении, эффективном планировании, управлении, контроле и создании полноценного рынка конкурентных услуг.

ПРИНЦИПЫ ИНТЕРАКТИВНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Автор: Мачин К.А. аспирант ДЭиПМ

К основным принципам внутрифирменного планирования, таким как единство, непрерывность, гибкость и точность обоснованным А.Файолем добавляется принцип участия Р.Акоффа, как неотъемлемая партисипативная составляющая интерактивного подхода [1],

т.е. круг лиц участвующих в процессе планирования не ограничивается профессиональной квалификацией плановика и включает всех творческих личностей, которых затрагивает план. Объединяющим здесь должно стать проприативное стремление, под которым будем понимать мотивацию персонала к развитию предприятия через достижение важных перспективных целей. Специфическими принципами присущими интерактивному планированию и непосредственно вытекающими и дополняющими все предыдущие, являются [2]:

- каузальный принцип, который означает рассмотрение различных событий в дихотомии причина-следствие, т.е. выявление причин через следствия и наоборот. Под причиной будем понимать совокупность событий (факторов) вызвавших реализацию другого события или следствия;

- принцип аппликации – рассмотрение событий в определенной временной исторической привязке (по Гадамеру Г.Х.);

- принцип трансляции – характеризует требование донесения до сотрудников всех уровней целевых установок, стратегического видения и миссии, делая максимально прозрачными требования и мотивируя персонал;

- принцип перцепции – означает понимание и принятие целей организации персоналом, т.е. происходит мотивированное совмещение целей индивида и организации, при этом цели организации индивид рассматривает как свои за счет их осознания и компетентной трансляции (с минимальными помехами или «шумами»). Соблюдение принципов трансляции и перцепции наглядно иллюстрирует алгоритм реализации интерактивного плана (рис. 1).

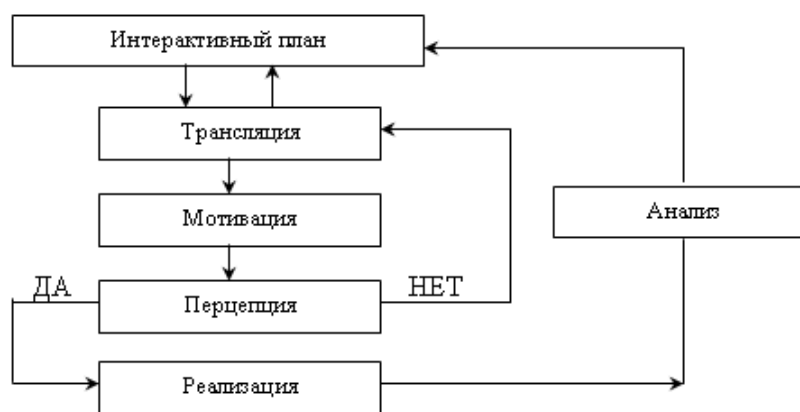
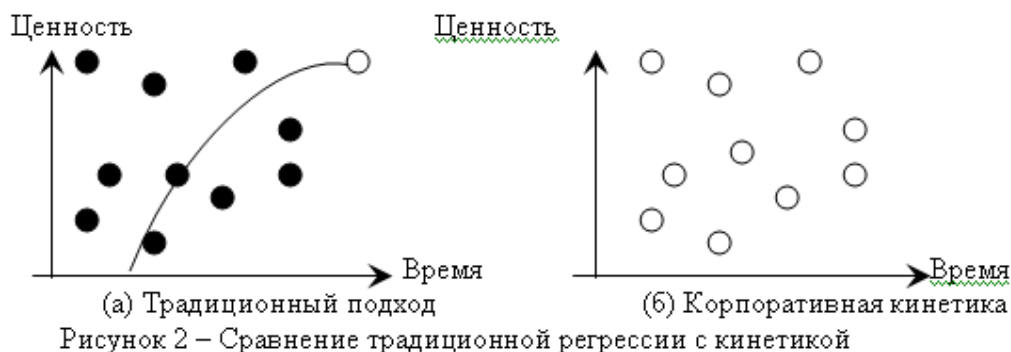


Рисунок 1 – Алгоритм реализации интерактивного плана

- принцип корпоративной кинетики – допускает, что события (внешние и внутренние по отношению к предприятию) непредсказуемы, но из каждого можно извлечь не одну возможность для деятельности при помощи достаточно мотивированного и надлежащим образом организованного персонала. Традиционный подход к рассмотрению событий предполагает, что все события (наблюдения) это вклад в создание одной возможности для деятельности, т.е. не все события были задействованы и были всего лишь результатами наблюдения или основанием для выявления тенденций, предсказания совокупности, средних величин и кризисных соответствия, новые возможности создавались редко, самые многообещающие возможности часто исключались как посторонние значения, все сводилось к самому безопасному среднему (часто посредственному) уровню (рис.2(а)), в то время как корпоративная кинетика (рис. 2(б)) определяет каждое событие как отдельный триггер (совокупность условий, инициирующих выполнение действия) который рассматривается с точки зрения того, может ли он превратиться в возможность; пространство для возможностей в соответствии с принципом корпоративной кинетики составляют все события, а не только их совокупность или средняя величина.



Принцип корпоративной кинетики при интерактивном планировании производственной программы противостоит инертности подразделений и функциональных служб, стремящихся к массовому производству товаров (производственные службы), ограниченному числу видов продукции (конструкторские отделы), постоянным планам (плановые и диспетчерские службы), четко определенным бюджетам (финансовые службы), стандартизированным сделкам (маркетинговые службы), бездействию против конкурентов (юридические службы) [3]. Следует отметить, что принципы трансляции, перцепции и отчасти кинетики направлены на эпистемологические аспекты деятельности персонала (физический и сознательно-когнитивный, интеллектуальный). Здесь нужно заострить внимание на понимании того, что человеческий фактор – есть движущая сила социально-экономических и производственно-технических процессов. Именно человек является материализатором внедряющим стратегические идеалы во все сферы, на каждом уровне предприятия, поэтому главным моментом реализации или воплощения стратегического видения, является процедура трансляции миссии, целей и задач всем работающим на предприятии и получение положительных перцептивных откликов («ДА» на рис.1). Рефрейминг, как неотъемлемый компонент корпоративной кинетики будет тем активатором потенциала предприятия, который переводит инертные резервы ресурсов в кинетическую силу и положительные возможности, увеличивая соответствующие доли матрицы SWOT (рис.3). Под рефреймингом здесь понимается реконструкция корпоративного сознания предприятия (персонала) в области понимания текущей ситуации (исходного положения) и перспективного видения (желаемого будущего), которая генерирует проприативное стремление для совершения необходимых перемен. Сознание персонала становится основополагающим моментом в таких понятиях, как разработка и реализация планов, принятие решений и их исполнение, поэтому следует придерживаться особой политики формирования тождества между этими категориями.

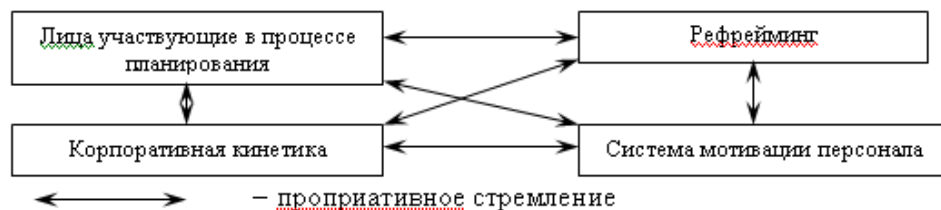


Рисунок 3 – Сущность рефрейминга, как имманентной составляющей процесса интерактивного планирования

Список литературы:

1. Акофф Р. Акофф о менеджменте / Пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой – СПб.: Питер, 2002. – 448 с.: ил.
2. Маркова В.Д. Внутрифирменное планирование – Новосибирск: «ЭКОР-книга», 2004. – 320 с.
3. Халиков М.А. Моделирование производственной и инвестиционной стратегий машиностроительного предприятия. – М.: Издательство ООО Фирма «Благовест-В», 2003. – 304 с.

ПЕРВИЧНАЯ ПУБЛИЧНАЯ ЭМИССИЯ АКЦИЙ (IPO): БУМ РОССИЙСКИХ РАЗМЕЩЕНИЙ

Автор: Надёжин Д. Ю. студент группы ЭУП-31

Научный руководитель: Белова Т. Ю.

Российские компании научились привлекать деньги на фондовом рынке. Динамика роста рынка IPO российских компаний впечатляет: за прошлый год компании, чей бизнес сосредоточен в России, продали акций более чем на \$4 миллиарда – почти в семь раз больше, чем за весь 2004 год. В 2006 годы рынок ожидает более 20 размещений. Редкая фирма не выражает желания «выйти на IPO» в будущем. В чем выгода публичности? И смогут ли барнаульские предприятия заработать на быстро растущем рынке?

1. *IPO (Initial Public Offering)* – первичная продажа акций, осуществляемая публично. Проводя IPO, компания делает предложение сразу большому числу портфельных инвесторов, раскрывая перед ними свои планы. Для России IPO все еще экзотика: до последнего времени проводящие дополнительную эмиссию компании предпочитали размещать акции по закрытой подписке – среди прежних владельцев.

За прошлый год IPO провели 13 российских компаний. Десять из них – АФК «Система», «Пятерочка», «Евразхолдинг», Rambler, «НОВАТэк» и Urals Energy и др. – разместились на Лондонской фондовой бирже и все вместе привлекли 4 млрд. 277 млн. долларов¹. Три компании – «Лебедянский», «Хлеб Алтая» и «Северсталь-Авто» – провели первичное размещение акций на российском рынке и в общей сложности привлекли 294 млн. долларов. При этом спрос на бумаги превысил предложение у «НОВАТэка» в 13 раз, у Urals Energy – в 5 раз, у «Лебедянского» – в 3,6 раза.

Барнаульская компания ОАО «Хлеб-Алтая» (новое название – «Пава») – крупнейший производитель муки в Западной Сибири – провела в марте этого года первичное размещение своих акций. Компания размещала акции на двух площадках – на ММВБ и РТС. Всего инвесторам было предложено 8842106 обыкновенных акций агрохолдинга. Установленная цена одной ценной бумаги составила 25 руб. Все предложенные акции были успешно размещены среди частных и институциональных инвесторов. При этом на ММВБ спрос на ценные бумаги ОАО «Хлеб Алтая» превысил предложение почти на 50%. Организатором и андеррайтером первичного публичного размещения акций ОАО «Хлеб Алтая» выступила ИК «ФИНАМ», соандеррайтером – ООО «ЦентрИнвест Секьюритис».

2. Преимущества преобразования фирмы в открытую корпорацию:

1. Диверсификация вложений инвесторов. Продавая часть акций на открытом рынке, учредители могут диверсифицировать свои активы и таким образом снизить рискованность своих инвестиционных портфелей.

2. Ликвидность.

3. Дешевизна дальнейшего привлечения внешнего финансирования. (ОАО «Пава» планирует в 2007 году разместить акции на Лондонской бирже.)

4. Определенность стоимости фирмы.

5. Подготовленность к слияниям и поглощениям других фирм. Если у фирмы имеется сложившаяся рыночная цена, то это крайне облегчает переговоры по слиянию и поглощению прочих компаний, если оплату за эти приобретения предполагается осуществлять акциями данной компании. (До 2010 г. компания «Пава» намерена приобрести четыре новых мелькомбината в Европейской части России.)

6. Расширение рынка сбыта продукции.

Основной недостаток проведения IPO – затраты на публикацию отчетности и раскрытие информации.

3. Сколько стоит IPO²

¹ Данные: Bankir.ru

² Данные: УК Тройка Диалог

Первичное размещение акций на бирже – удовольствие недешевое. Тем более если речь идет об иностранной бирже вроде London Stock Exchange (LSE).

Статья расходов	PTC/MM ВБ (\$ тыс.)	LSE (\$ тыс.)	Комментарий
Юристы компании	200-400	300-500	Определяется по итогам неформального тендера среди юристов
Юристы синдиката	150-250	250-400	Определяется по итогам неформального тендера среди юристов
Комфортные письма аудиторов	50	100	Не включает в себя расходы на аудит отчетности, оплачиваемые отдельно
Комиссия биржи	10	100	Подлежит согласованию с биржей
Печать меморандума	15	30	Зависит от условий тендера
Roadshow/маркетинг	50-100	50-120	Зависит от условий тендера
Вознаграждение инвестиционного банка	3-5% от объема выпуска	3-5% от объема выпуска	Размер вознаграждения зависит от эмитента, типа и объема размещения

В таблице перечислены лишь основные расходы. А ведь нужно еще иметь консолидированную отчетность по МСФО с заключением аудитора. Если заключение делается ведущей аудиторской компанией, то это удорожает проект на \$200 000.

4. Причины роста рынка

Западные инвесторы готовы покупать практически любые российские активы, российским же финансовым компаниям не хватает инструментов инвестирования – вот две основные причины стремительного роста рынка IPO. Крупным инвестиционным фондам необходимо составлять сбалансированные портфели ценных бумаг, то есть в них должны присутствовать акции компаний из разных сфер экономики – за счет этого фонд сокращает риски. Западные инвесторы избавляются от диверсифицируемых страновых рисков.

К тому же объем произведенной публичными компаниями продукции в России в 2004 году был равен 12 процентам ВВП, в то время как в развитых странах этот показатель в среднем составляет 85 процентов ВВП³.

5. Монопольная фишка

Если же отрасль представлена на рынке всего лишь одной или двумя акциями, то они, естественно, приковывают к себе повышенное внимание фондов. Подобных «акций-монополистов» на российском рынке появилось в последнее время много.

«Акции-монополисты» обычно торгуются с премией в 30-40% по отношению к ценным бумагам компаний, у которых на бирже есть конкуренты из той же отрасли⁴. В качестве примера бумаг, которые оказались переоценены в силу своего уникального статуса можно назвать акции ОАО «Пава» – первое IPO в российском АПК.

Недостаточность финансовых инструментов на российском фондовом рынке и наличие свободных денежных средств у инвесторов позволяют эмитентам привлекать дешевый акционерный капитал.

6. Место проведения размещения

Выбор места размещения IPO – за рубежом и в России – предопределяется в основном объемом привлечения средств. ОАО «Пава» намерена в 2007 году осуществить размещение

³ Данные: Renaissance Capital Asset Management

⁴ Данные: ИГ Капиталь

на Лондонской фондовой бирже (LSE) в секции малокапитализированных компаний (AIM). Почему Лондон? Дело в том, что на LSE уже аккредитованы все крупнейшие инвестбанки и брокеры. К тому же LSE, как и ММББ, – биржа с автоматическим исполнением заявок, что удобно и повышает ликвидность. Наконец, расчеты по сделкам на LSE проводятся через Euroclear/DTC – крупнейшие мировые клиринговые центры, надежность которых не вызывает сомнений.

7. ADR/GDR как способ выйти на иностранных инвесторов

Одним из возможных решений проблемы выхода на иностранного инвестора – вывод ценных бумаг на международные рынки, что предполагает повышение их ликвидности и выход на глобальный рынок сбыта. В качестве инструмента при этом рассматриваются так называемые Американские депозитарные свидетельства (American Depository Receipts – ADR) и Глобальные депозитарные свидетельства (Global Depository Receipts – GDR), или расписки.

ADR эмитируются американскими банками-депозитариями и обращаются на фондовом рынке США в соответствии с американскими правилами торговли. Депозитарная расписка свидетельствует о том, что ее владелец имеет акции какой-либо иностранной (неамериканской) корпорации в одном из банков-хранителей (Custodian) и дает ее держателю права на управление соответствующей корпорацией, дивиденды и получение доли при продаже активов корпорации. При этом ценные бумаги иностранных компаний-эмитентов не пересекают национальные границы, а хранятся в местных банках-хранителях на территории страны компании-эмитента этих бумаг.

Участие в программах выпуска ADR позволяет компании-эмитенту:

- расширить рынок своих акций;
- увеличить число инвесторов за счет широчайшего предложения депозитарных расписок;
- выйти на финансовые рынки США и Европы и иметь историю котировок;
- создать базу для привлечения инвестиций;
- увеличить собственный капитал;
- повысить или стабилизировать цены на собственные акции на внутреннем рынке;
- улучшить имидж компании.

Американские инвесторы, покупая ADR, получают возможности:

- избежать рисков при оформлении прав на приобретенные акции;
- избежать неудобств, связанных с различиями в процедурах оплаты при сделках, несовпадением типов торговых систем, языковыми барьерами и различиями во временных поясах;
- уйти от ограничений на покупку акций иностранных эмитентов. Некоторые инвесторы (например, пенсионные фонды США), имеющие ограничения на вложения в иностранные бумаги, имеют возможность инвестировать в акции компаний на развивающихся рынках (в том числе и российском) только через механизм Американских депозитарных расписок.

8. Настоящий момент является уникальным для акционирования частных компаний как страны, так и города. Инвесторы готовы приобретать акции практически любых компаний, даже убыточных (например, Urals Energy). Такая ситуация – как уже было сказано – сложилась в результате резкого роста российского фондового рынка и готовности западных инвесторов покупать все российское.

РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ КУРЬЕРСКИХ УСЛУГ.

Автор: Некрасова Т. ст. гр.5 ЭУП – 01

Научный руководитель: Карпова В.А., к.э.н., доцент

Последние десятилетия характеризуются увеличением роли сферы услуг в мировой экономике. Увеличивается спектр предлагаемых услуг, наблюдается рост числа занятых в этой сфере.

Разработка стратегии является основополагающим аспектом деятельности организации. Подходы к разработке стратегии являются общими как для сферы услуг, так и для производящих компаний. В этой связи в случае организаций сферы услуг можно говорить не о существовании особого способа разработки стратегии, а о наличии дополнительных специальных подходов к стратегическому управлению.

Так, разработка стратегии связана в первую очередь с барьерами вхождения в отрасль. В случае организаций, производящих товары, как правило, главным барьером является капитал. Для организаций сферы услуг основной барьер - дифференциация услуг - репутация организаций, предлагающих услуги.

Вторым важным аспектом стратегического управления, характерным для организации сферы услуг, является специфическая «сервисная концепция». Известно, что не существует алгоритма разработки стратегии: менеджер, зная существующий инструментарий, оценивает возможность его применения и делает выбор. На основании «стратегической сервисной концепции» выделяются следующие группы структурных и управленческих элементов, лежащих в основе формирования стратегии:

Структурные элементы:

- система доставки: фронт - и бэк-офисы, автоматизация, участие потребителя;
- дизайн места предоставления услуги: размер, вид;
- характеристика региона/района/города, в котором предоставляется услуга: конкурентная ситуация, демографическая ситуация и т. д.;
- планирование мощностей: управление очередями, планирование набора услуг, прогнозирование спроса.

Управленческие элементы:

- физическое сервисное окружение: принятие на работу, наделение полномочиями, мотивация, культура, отбор, тренинг;
- качество: измерение, мониторинг, методы, соотношение ожидаемая/воспринятая услуга, гарантии;
- управление спросом и предложением: удовлетворение спроса и контроль предложения, управление очередями;
- информация: сбор данных.
- контроль качества.

Стандартные стадии достижения конкурентоспособности организаций сферы услуг: делаем, что можем; достижение определенной квалификации; приобретение отличительных компетенций; предоставление услуги мирового класса

Каждая из указанных стадий может быть охарактеризована по следующим критериям: качество обслуживания; роль бэк-офиса; роль потребителя; применение новых технологий; роль персонала; функции first-line менеджеров.

Так, «качество обслуживания» определяется для указанных стадий соответственно как непостоянное; удовлетворительное, соответствующее некоторым требованиям клиентов; достаточно высокое, полностью соответствующее ожиданиям клиентов; прекрасное, постоянное улучшающееся в соответствии с желаниями клиентов.

Роль бэк-офиса определяется в соответствии с приведенными стадиями как учетная контора; второстепенная, но уже вносящая вклад в общее дело; значимая; проактивная.

Потребитель: случайный, не выявленный; определенный; предсказуемый для организации; источник идей и возможностей для компании.

Новые технологии как: средство выживания; способ экономии средств; средство улучшения обслуживания; источник конкурентных преимуществ.

Персонал: действует под принуждением, не обладает специальными навыками; пассивный, но действует сознательно, дисциплинированный; может быть ЛПР; инициативный, креативный.

Функции first line менеджеров: контроль работников; контроль процесса; коучинг, организация обратной связи; источник новых идей, развитие работников.

Сегодня российский рынок - один из самых перспективных и быстрорастущих в мире, в последние годы средний бизнес развивается неожиданно высокими темпами. Соответственно, в настоящее время у многих компаний существует потребность в оперативной доставке корпоративных грузов своим филиалам, партнерам и поставщикам. Экспресс-доставка – оптимальный способ раз и навсегда решить проблему потери времени и средств.

Служба Доставки «Экспресс-курьер», это компания, которая осуществляет курьерскую доставку грузов и корреспонденции по всей России, а так же в страны ближнего и дальнего зарубежья.

Головной офис Компании находится в городе Новосибирске. Сегодня по стране открыто порядка 17 филиалов (структурных подразделений) в наиболее крупных городах, таких как Москва, Санкт-Петербург, Владивосток, Красноярск, Самара, Барнаул и другие, а так же в 80 городах России Компания представлена одиночными курьерами.

Развитая сеть собственных представительств Компании «Экспресс-курьер» позволяет контролировать прохождение грузов на всех этапах, существенно сокращать сроки, выбирать надежные, неоднократно проверенные маршруты доставки во все населенные пункты страны. При этом ценовая политика СДЭК ориентирована на широкий круг клиентов и учитывает реальные возможности потребителей услуг экспресс-доставки, тарифы существенно ниже, чем у зарубежных курьерских компаний, при сохранении высокого уровня обслуживания.

Миссия "Экспресс-Курьер": мы оказываем людям и компаниям спектр услуг своевременной и гарантированной доставки, постоянно повышая уровень сервиса, внедряя новые технологии, эффективно используя внутренний потенциал и внутренние ресурсы.

Данная Компания успешно работает на рынке вот уже седьмой год. Как известно, каждая фирма проходит четыре фазы жизненного цикла. Первая – «Возникновение», когда фирма как «серая мышка» подбирает зернышки, которые упускают более крупные рыночные структуры. «Становление» - четко сформулированная стратегия деятельности Компании позволяет обрести динамическое развитие, как с внешней, так и внутренней средой (фирменная идеология, структура, корпоративная культура и др.) Весомо здесь сказать, что именно динамический характер и делает Компанию устойчивой. Третья стадия – стадия «Развитие». И последняя – «стадия отмирания или переход в новое качество как фазы жизненного цикла. Эта фаза, связана либо с позитивным либо с негативным развитием. В результате сильных направленных действий компания переживает кризис, происходит переход в новое качество – «укрупнение бизнеса».

Постепенно проходя этот цикл, Компания «Экспресс-курьер» в начале 2005 года столкнулась с проблемой, когда она не справлялась с существующим объемом заказов и не могла поддержать предоставляемую услугу на должно высоком уровне.

Для выхода из возникшей ситуации, было принято решение о создании Управляющей Компании, состоящей из координаторов с целью осуществления функций координирования, планирования, управления и контроля по основным процессам. Состав управляющей Компании - координатор по персоналу, по маркетингу, логистике, региональному развитию и информационным технологиям, по юридическим вопросам и финансово директора. Каждый из координаторов УК обладает правом принимать управленческие решения в пределах своей компетенции и контролирует исполнение принятых решений, так же участвует в принятии коллегиального решения по стратегически важным вопросам деятельности Экспресс-Курьера.

С момента создания Управляющей Компании в Экспресс-Курьере произошли такие существенные изменения, как ,во-первых, были введены стандарты всех отделов – отдела по работе с клиентами, курьерского отдела и отдела логистики.

Результатом этого нововведения стала «цепная реакция». Каждый менеджер теперь четко знал и разграничивал что, как и когда можно и нужно говорить, это позволило в свою очередь идти на шаг вперед каждого клиента, на любой вопрос клиента, еще только созревающий в его голове, менеджер знал ответ. Четко сформулированные вопросы, содержательные легко воспринимаемые ответы позволил не только избежать недопонимания с клиентом,

но и существенно сократить время оформления одного заказа. Введение стандартов позволило в минимально короткий промежуток времени грамотно предоставлять максимальное количество необходимой информации клиенту.

Во-вторых, была пересмотрена и разработана мотивация сотрудников всех отделов.

Заработная плата складывается из постоянной части (оклада) и переменной части (бонус, согласно показателям, де-премирования).

Для отдела логистики и курьерского отдела бонус зависит от трех показателей: срок доставки Отправления, средняя взвешенная стоимость за 1 кг, по каждому городу, закрепленному за филиалом и выполнение в процентном выражении всех доставок на текущий день и заявок переданных на маршрут в текущий день. Де-премирование может быть произведено за систематическое невыполнение должностных обязательств.

Заработная плата менеджеров по работе с клиентами привязана была к количеству принимаемых заказов, графику погашения дебиторской задолженности и к соблюдению стандартов работы с клиентами, то есть качественному информированию и консультированию клиентов.

Для менеджеров отдела продаж заработная плата складывается из оклада и премии, премия напрямую зависит от проведенной работы с новыми и действующими клиентами. Бонус по новым клиентам зависит от выручки полученной от клиента за фактический месяц работы, бонус по действующему клиенту выплачивается, если клиент, после начала работы с менеджером по продажам, получил статус VIP-клиента (количество заказов и объем выручки достиг определенного размера).

Результатом данных мероприятий стало то, что сегодня Служба Доставки «Экспресс-Курьер», занимает наступательное стратегическое положение.

Постоянное повышение качества предоставляемой услуги, введение дополнительных услуг, «сверхсрочная доставка», когда доставка происходит сразу же на следующий день и услуги директ-мейл через сеть собственных представительств по России, развитие городской доставки в ключевых городах, все это предвещает перспективу завоевания позиции – быть доминирующим лидером на рынке России.

Вывод, который следует здесь сделать – фирма - это реально существующее, но проходящее и «смертное» образование, которое функционирует не просто во времени, а в определенных временных рамках. И на сколько большие эти рамки зависит уже только от политики фирмы, от разработки грамотной стратегии по входу и завоеванию определенной позиции на рынке, от правильно и во время поставленных целей и задач, от оперативного разрешения возникших проблем и предвидения потребностей рынка сегодня и завтра.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Автор: Некрасова Т. ст. гр.5 ЭУП – 01
Научный руководитель: Бессонова Н. Б.

Тема решения квартирного вопроса для населения Алтайского края, как и в целом по стране, достаточно остра и актуальна. Россия – великая страна с огромным потенциалом, но, к сожалению, наш народ абсолютно не защищен и не имеет поддержки со стороны государства в решении квартирного вопроса.

Основой сильного и стабильного государства является общество, уверенное в завтрашнем дне, с желанием жить завтра лучше, чем сегодня. Оно построено из ячеек, и залогом раскрытия заложенных в них потенциала каждого их члена, а, соответственно, вкладом в развитие всей системы, являются крепкие стены вокруг каждой семьи. Уверенность заражает и позволяет раскрыться, жилищная же проблема – душит.

Для получения собственного жилья многие затрачивают большую часть сознательной жизни. Введением нового Жилищного Кодекса государство практически ликвидировало самый распространенный путь получения жилья – бесплатную очередь, в которой до недавнего времени насчитывалось 12 миллионов россиян.

Поскольку государство не может обеспечить гражданина страны жильем, оно должно дать ему возможность решить эту проблему самому. Для этого существует такой механизм, как ипотека.

Сегодня в Алтайском крае на учете по улучшению жилищных условий стоит более 90 тыс. человек, реальное же количество в несколько раз выше. По данным статистики, только 8 % жителей Земли имеют какие-либо накопления – на банковском счете или просто наличными. Остальные живут от зарплаты до зарплаты, поэтому без кредита им не обойтись. Но здесь возникают проблемы. Первая проблема – очень высокие процентные ставки и небольшой срок кредитования. Хотя статистика обнадеживает, и перспектива радует.

История ипотечного кредитования на Алтае начинается с 2000 г., когда был принят местный закон «О порядке предоставления ипотечных жилищных кредитов жителям Алтайского края за счет средств краевого бюджета». Закон предполагал, что основными клиентами программы станут малоимущие слои населения. В итоге квартиры получили примерно 25 семей, и на этом силы государства иссякли – деньги закончились.

Параллельно Алтайский банк Сбербанка России развивал свою систему кредитования покупателей жилья, и за период работы схемы кредитования ставка процента снизилась с 18 % до 14 % на конец 2005 г., срок погашения кредита возрос с 15 до 27 лет.

Другой участник рынка – агентство по ипотечному жилищному кредитованию (АИЖИК) – начал работу в мае 2003 г. Здесь кредитуются покупка жилья на вторичном рынке. Кредит выдается на 27 лет под 14 % годовых (для сравнения, в 2003 г. – под 15 %) с перспективой снижения в 2006 г. до 12 %.

Существенным препятствием для широкого распространения ипотеки является процесс оформления нужных документов, одним из которых является справка, подтверждающая размер дохода семьи и платежеспособности заемщика. У многих претендентов на получение ипотечного кредита зарплата в двух цветах, и официальная ее часть не позволяет когда-либо улучшить свои жилищные условия. Это достаточно сложная проблема, связанная с совершенствованием нашей системы налогообложения и изменением подхода и восприятия каждого члена общества. Тем не менее, перспективы развития ипотечного кредитования обнадеживают. В идеале ипотека возможна тогда, когда ставка кредита не превышает 5 – 7 %. Перспективным является также развитие системы жилстройсбережений.

В Германии, к примеру, в такой системе состоит 21 миллион человек (32 % взрослого населения страны). 53 % жилищных инвестиций в Германии финансируется из системы жилстройсбережений. С начала 1990-х гг. германская накопительная система вводится и в других государствах – Чехии, Словакии, Венгрии, Хорватии, Польше. Есть такие примеры и в нашей стране, но пока – единичные. Так в Башкирии, в республиканской жилищно-накопительной программе участвуют около 40 тыс. человек.

АНАЛИЗ ОПЫТА СЛИЯНИЯ КОМПАНИЙ НА ПРИМЕРЕ ОАО "АКС"

Автор: Пархаева Т. В. ст. гр. ЭУП-21

Научный руководитель: Аргудяев И. Г.

В городе Барнауле еще несколько лет назад тепловая энергия поставлялась тремя компаниями "Барнаульской теплоцентралью", "Барнаульскими тепловыми сетями" и "Энергосбытом". Причем магистральные тепловые сети находились в ведении филиала ОАО «Алтайэнерго» - «Барнаульская теплоцентраль», а внутриквартальные распределительные сети принадлежали МУП «Барнаульским тепловым сетям». А сбыт – филиалу «Алтайэнерго» «Энергосбыту».

Совершенствование данной сложившейся системы возможно путем объединения в управленческий центр - единую транспортную компанию. Ее основными элементами будут подсистемы такие, как магистральные и распределительные сети, а так же сбыт.

К достоинству этой системы следует отнести отсутствие необходимости в переходный период резких изменений в технологических схемах теплоснабжения. Для ее функционирования существующая система контроля отпуска и расходования тепловой энергии является

достаточной. Однако устраняются основные межведомственные барьеры распределения ответственности по доставке тепла до потребителей.

Данное положение было исправлено путем создания ОАО "Алтайские коммунальные сети" (далее АКС). Это не было новаторской идеей, поскольку подобные предприятия создаются в нашей стране повсеместно в рамках филиалов "Российских коммунальных систем".

Краткосрочные эффекты при слиянии тепловых сетей г. Барнаула достигнуты через оптимизацию организационной структуры управления. Наибольший эффект получен от устранения функций дублирования и взаимного контроля между Барнаульской теплоцентралью и Барнаульскими тепловыми сетями; укрепления вспомогательных служб. Стоит отметить, что при слиянии отдельной проблемой было соединение тарифных ставок работников, в результате зарплата некоторых работников была значительно увеличена.

Процесс интеграции позволил реализовать следующие возможности новой системы управления:

- финансовые;
- экономические;
- выхода на новый технический уровень и т.д.

Финансовые возможности новой системы проявились в том, что объединение активов трех организаций позволило создать необходимые условия для доступа к более дешевым источникам финансирования деятельности организации. Что, в свою очередь, вместе с аккумулярованием финансовых ресурсов внутри организации, дало возможность перейти к реализации крупных инвестиционных программ, направленных на реконструкцию и расширение существующих тепловых сетей.

Экономические возможности новой системы управления проявились через принципиальные изменения:

- в системе формирования тарифа;
- взаимоотношений между потребителями услуг, транспортной компанией и администрациями территориальных образований;
- существенного упрощения механизма согласования и распределения тарифа за тепло между участниками теплоснабжения.

Слияние тепловых сетей открывает возможности выхода на новый технический уровень. Единая организационная основа функционирования тепловых сетей создает реальную возможность и заинтересованности перехода к оптимизации схем теплоснабжения, режимов гидравлических нагрузок, режимов работы насосного оборудования. Данная система управления позволяет создавать более действенную единую систему проведения текущих и капитальных ремонтов в магистральных и распределительных сетях, оказывать влияние на качество сетевой воды и состояние внутридомовых сетей.

В перспективе возможна реализация новых стратегических возможностей единой системы, таких как:

- повышение конкуренции на рынке подачи тепла и как следствие снижение тарифов;
- повышение прозрачности работы и учета компании;
- существенного изменения технического уровня предоставляемых услуг, за счет применения новых материалов, технологий и т.д.

За время работы компании действительно были применены новые изоляционные материалы и отремонтированы некоторые участки трубопровода. Но предприятие столкнулось с проблемами при новом способе формирования тарифов. Два года назад когда только применили данную систему оказалось, что тарифы за энергию на следующий год резко вырастут. Этим фактом был создан прецедент, когда администрация города согласилась с доводами АКС, но не утвердила данные тарифы. В это же время у здания компании был устроен митинг, цель которого было не только добиться снижения тарифов, но и вообще прекращение деятельности компании. Тогда администрация предприятия и города уладили этот конфликт, но это выявило еще одну проблему: потребители энергии вообще не поняли зачем нужно было создавать данную компанию. Руководство АКС решило эту проблему стандартным

способом - стало о всех изменениях, производимых компанией сообщать в СМИ. Были объяснены и причины создания компании, и ее деятельность, что создало предприятию положительную репутацию.

Отдельно стоит отметить хорошее управление на данном предприятии. Руководству АКС пришлось в короткие сроки подготовить и провести слияние наиболее безболезненным путем, при этом найти денежные средства для ремонта тепловых сетей, решать общественные проблемы. Но при этом еще и отчитываться перед Российскими коммунальными системами за использование кредита и обеспечение его возврата.

Итак процесс слияния компаний, находящихся в государственном ведомстве, сталкивается с множеством проблем, но как видно из опыта "Алтайских коммунальных систем" эти проблемы преодолимы путем качественного продуманного управления.

ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

Автор: Пархаева Т. В. ст. гр. ЭУП-21

Научный руководитель: Бессонова Н. Б.

Сегодня на российских предприятиях доминирует применение функционального подхода к организации и управлению финансово-хозяйственной деятельностью.

Функциональный подход основан на использовании различных типов организационной структуры предприятия, как правило, иерархической. В этом случае организация и управление деятельностью осуществляется по структурным элементам (бюро, отделам, департаментам, цехам и т.п.), а их взаимодействие – через должностных лиц (начальников отделов, департаментов и цехов) и структурные подразделения более высокого уровня.

Недостатками такого подхода к организации и управлению деятельностью предприятия являются следующие:

1. разбиение технологий выполнения работы на отдельные, как правило, несвязанные между собой фрагменты, которые реализуются различными структурными элементами организационной структуры;
2. отсутствие цельного описания технологий выполнения работы;
3. отсутствие ответственного за конечный результат и контроль над технологией в целом, а также ориентации на клиента (внешнего или внутреннего);
4. отсутствие ориентации на внешнего клиента, а также внутренних потребителей промежуточных результатов деятельности;
5. высокие накладные расходы, как правило, непонятно откуда появляющиеся;
6. неэффективность информационной поддержки, обусловленная наличием «лоскутной» автоматизацией деятельности отдельных структурных элементов и неудачными попытками внедрения корпоративных информационных систем.

Но последнее время все больше предприятий переходят на применение процессного подхода. Он ориентирован, в первую очередь, не на организационную структуру предприятия, а на бизнес-процессы, конечными целями выполнения которых, является создание продуктов или услуг, представляющих ценность для внешних или внутренних потребителей. На предприятии выделяют четыре категории бизнес-процессов: основные бизнес-процессы, обеспечивающие бизнес-процессы, бизнес-процессы развития, бизнес-процессы управления.

Первоначально процессный подход является одним из восьми принципов менеджмента качества — основы международных стандартов ИСО серии 9000:2000. Согласно международному стандарту, процессный подход применяется для повышения результативности функционирования организации. В модели системы менеджмента качества, основанной на процессном подходе, на входе стоят требования потребителей и других заинтересованных сторон, а на выходе организации — удовлетворенность этих сторон.

Этот подход не нов. Еще в конце 60-х годов была разработана методология структурного анализа и проектирования сложных систем SADT (Structured analysis and design technique). В начале 70-х годов вооруженные силы США использовали SADT для моделирования процессов в рамках программы ICAM (Integrated computer-aided manufacturing).

На рынке методология SADT появилась в 1975 г. Позднее этот подход к описанию процессов был оформлен в виде Федерального стандарта США под названием IDEF0. Пожалуй, наибольший интерес к процессам появился после публикаций М. Хэммера, Д. Чампи и др. в середине 80-х. В 1988 г. процессный подход был включен в модель премии Малкольма Болдриджа, а в 1991 г. - в модель совершенного бизнеса Европейской премии по качеству.

Процессный подход предполагает понимание и выполнение требований потребителей, необходимость рассмотрения процессов с точки зрения их добавленной ценности, достижение результатов выполнения процессов, постоянное улучшение процессов, основанное на объективном измерении

Для внедрения процессного подхода организация должна выявить процессы и их применение внутри организации, определить последовательность этих процессов и их взаимосвязь, критерии и методы результативности, обеспечить уверенность в наличии ресурсов и информации, необходимых для поддержки хода реализации этих процессов и их мониторинга, наблюдать, измерять и осуществлять анализ этих процессов, реализовывать мероприятия, необходимые для достижения запланированных результатов и постоянного улучшения этих процессов.

Главная проблема состоит в перестройке старой системы управления на процессную, для этого некоторые авторы рекомендуют следующие этапы перехода от функциональной к процессной системе управления:

- Описание процессов в функциональной структуре;
- Делегирование полномочий по владению процессами сверху (департаменты, управления) вниз (отделы, группы);
- Высвобождение ресурсов верхних руководителей для проведения изменений, улучшений, реорганизаций и владения ресурсами;
- Формирование команд процессов с выделением ролей и полномочий владельца, заказчика, лидера, смежника, клиента;
- Запуск процесса анализа сбоев (бриллиантов) и устранения причин их возникновения;
- Запуск процесса измерений ключевых показателей процессов;
- Запуск процесса улучшений процессов на основе ключевых показателей процессов;
- Разработка системы мотивации на написание, устранение причин сбоев (бриллиантов), улучшений процессов;
- Создание типовых и индивидуальных должностных инструкций сотрудников на основе списка процессов и ролей в них.

Отдельно стоит выделить условия перехода к процессной системе управления: соблюдение принципов Эдварда Деминга, понимание предназначения компании и ее ключевых ценностей (чем руководствуются в принятии решений), наличие четкого видения и стратегических целей.

Стоит отметить, что процессный подход в значительно большей степени, чем функциональный, нуждается в поддержке со стороны ИТ. Но при этом стоимость настроек и доработок программного обеспечения, а также стоимость внедрения составляют сумму, в несколько раз превышающую первоначальную стоимость приобретаемого оборудования и программного обеспечения. Возможным альтернативным решением проблемы является использование так называемого "отраслевого решения". В этом случае имеется готовая бизнес-модель типового предприятия отрасли, типовые регламенты для работы в соответствии с моделью и программное решение, реализующее указанную бизнес-модель.

Функциональный подход к управлению оптимален для предприятий с простой организационной структурой, когда весь бизнес-процесс (или его значительная часть) сосредоточен в рамках одной структурной единицы. Но для современных предприятий характерна сложная организационная структура, в рамках которой ответственность за выпуск конечного продукта или услуги распределяется между многими структурными единицами. И в этом случае преимущества процессного подхода становятся очевидны, особенно для предприятий, кото-

рым приходится часто изменять свои бизнес-процессы. Но оба подхода к управлению не исключают друг друга и могут сочетаться при матричной структуре управления.

В заключении стоит отметить, что как показывает практика зарубежных фирм и некоторых российских для поддержания конкурентно способности целесообразнее внедрить процессный подход в управлении, чем дальше пользоваться старыми инструментами менеджмента.

ТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ: ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ПОТЕРЬ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ

Автор: Пирюгин Н.С. ст. гр. Э-13

Научный руководитель: Белова Т.Ю., к.т.н., доцент

Стоимость технологических потерь (расходов) электроэнергии на её передачу (транспорт) по электрическим сетям на современном уровне достигает 25–30% от общих затрат на передачу. После «распаковки» АО-энерго, когда будут разделены бизнес-процессы по передаче и сбыту электроэнергии, уровень технологических и остаточных коммерческих потерь электроэнергии возрастет до 35–40% затрат на передачу. Убытки от коммерческих потерь в электрических сетях РАО «ЕЭС России» оцениваются около 30 млрд. руб./год. Недоимка по налогообложению прибыли в бюджеты всех уровней превышает 7 млрд. руб./год.

Оптимизация потерь (расходов) электроэнергии в электрических сетях на передачу, разработка технико-экономических обоснований их уменьшения являются важным направлением мероприятий по снижению издержек и увеличению прибыли электросетевых компаний.

При установлении тарифа на передачу электроэнергии региональные энергетические комиссии (РЭК) анализируют уровень потерь, включаемых в тариф. Очевидно, что включение в тарифы на электроэнергию фактического уровня потерь не стимулирует энергообеспечивающие организации (ЭСО) к проведению экономически обоснованных мероприятий по снижению потерь.

Поэтому возникает задача определения нормативных уровней потерь, включение которых в тариф обосновано. В этом случае «сверхнормативные» потери, не вошедшие в тариф, включаются по балансу в полезное потребление и, очевидно, что, если они не будут выявлены ЭСО и оплачены потребителем, их стоимость будет покрываться за счет прибыли энергообеспечивающих организаций.

Норматив потерь электроэнергии для каждой ЭСО представляет собой индивидуальное значение, которое определяется на основе схем режимов работы электрических сетей, особенностей учета поступления и отпуска электроэнергии.

Из изложенного очевидно, что нормирование потерь, в том числе учет коммерческих потерь электроэнергии при тарифном регулировании, – это обоснование для рассматриваемого периода времени приемлемого по экономическим критериям уровня потерь (нормирование потерь). Его значение определяется на основе анализа в планируемом периоде фактической структуры каждой составляющей потерь, расчета технических потерь, погрешностей измерительного комплекса и реальных возможностей снижения всех составляющих потерь.

По сути, нормирование потерь электроэнергии на регулируемый период – это технически, экономически и социально обоснованное соглашение между регулируемой организацией (ЭСО) и регулирующим региональным органом власти субъекта Федерации по приемлемому уровню потерь (расходов) электроэнергии на передачу с учетом технически и экономически обоснованной программы энергосбережения, включая программу снижения коммерческих потерь электроэнергии и недопущения их образования.

Составляющие отчетных потерь:

- технические потери (по всей сети электроснабжения);
- расходы электроэнергии на собственные нужды;
- коммерческие потери электроэнергии.

На современном этапе в электрических сетях АО-энерго России коммерческие потери электроэнергии составляют около 40% от отчетных и напрямую зависят от уровня тарифов и социально-экономических условий жизни населения.

Неучет коммерческих потерь электроэнергии наносит значительный финансовый ущерб ЭСО. По расчетам, величина «очищенных» (остаточных, не включаемых в тариф) коммерческих потерь столь велика, что соизмерима с затратами на содержание энергосбыта ЭСО.

В настоящее время отсутствует методика учета коммерческих потерь электроэнергии для их оценки и учета при тарифном регулировании. И это несмотря на то, что составляющая коммерческих потерь реально присутствует в отчетных потерях электроэнергии, составляет до 40–50% от величины полных потерь электроэнергии в сетях и имеет тенденцию к росту. ФЭК России поручила выполнить ряд «пилотных» работ по оценке уровня коммерческих потерь в электрических сетях электроснабжающих организаций с целью разработки методических подходов к учету коммерческих потерь электроэнергии в сетях при тарифном регулировании.

1. Для объективной оценки коммерческих потерь и последующей их структуризации необходимо технические потери определять (рассчитывать) с использованием только схемно-технических методов по сертифицированным программным продуктам.

Укрупненные нормативы для расчета потерь по Постановлению ФЭК России № 14/10 от 17.03.2000 являются оценочными и не учитывают значительное число факторов, влияющих на реальную структуру потерь электроэнергии в электрических сетях и их численные значения по ступеням напряжения. В результате существенно искажаются величины технических потерь, особенно по сетям среднего и низкого напряжений.

Применительно к муниципальным распределительным электрическим сетям 10(6)–0,38 кВ укрупненные нормативы ФЭК вообще не могут быть использованы, т.к. расхождение в величинах потерь по сравнению со схемно-техническим методом расчетов составляет 2–8 раз (завышение потерь в сетях 10–6 кВ и существенное занижение в сетях 0,38 кВ).

Кроме того, в распределительных сетях 10–6–0,38 кВ необходимо учитывать:

- потери в нулевом проводе при несимметричной нагрузке фаз 0,38/0,22 кВ;
- потери от токов нулевой последовательности в трансформаторах 10(6) кВ;
- собственные нужды ПС 10(6) кВ и РП 10(6) кВ;
- потери в ответвлениях абонентских сетей ЖКХ, обслуживаемых ЭСО, но им не принадлежащих по балансу;
- потери в контактных соединениях электрических сетей, особенно на напряжении 0,38 кВ;
- показатели нормативного качества электроэнергии у потребителей и др.

Возможна экспресс-оценка технических потерь на регулируемый период по показателям балансов электроэнергии, значениям условно-постоянных и переменных (нагрузочных) потерь электроэнергии в базовом (отчетном) периоде регулирования.

Отработана методика [1] и алгоритм построения зависимостей технических потерь электроэнергии в сетях различных классов напряжений (альбом потерь) в зависимости от отпуска электроэнергии в сеть. Применительно к электрическим сетям одного из АО-энерго, технический оптимум (минимум) потерь в сетях пройден при отпуске в сети около 6,5 млрд. кВт·ч. (рис.1) В дальнейшем, при неизменной топологии сети, как абсолютные, так и относительные потери будут постепенно расти. Необходимо проведение соответствующих мероприятий и их технико-экономическое обоснование по снижению технических потерь.

2. Разработан расчетно-балансовый метод оценки коммерческих потерь и предложены алгоритм и методика расчета структурных составляющих коммерческих потерь для их учета при тарифном регулировании:

- допустимые метрологические потери или нормативная погрешность приборов контроля и учета электроэнергии определяются по «Типовой инструкции по учету электро-

энергии при ее производстве, передаче и распределении (РД 34.09.101.-94); РД 34.11.321.-96; РД 34.11.133.-97.

- «очищенные» остаточные коммерческие потери (без нормативной составляющей метрологических потерь) рассчитываются как разница между полными потерями электроэнергии и технологическими потерями (технические плюс нормативные метрологические потери); величина остаточных коммерческих потерь по предложенной методике структурируется по составляющим (сверхнормативная погрешность приборов контроля и учета электроэнергии; безучетное потребление; отложенные платежи населением; хищения электроэнергии), учет которых при тарифном регулировании предлагается через экономически обоснованные региональные программы энергосбережения.

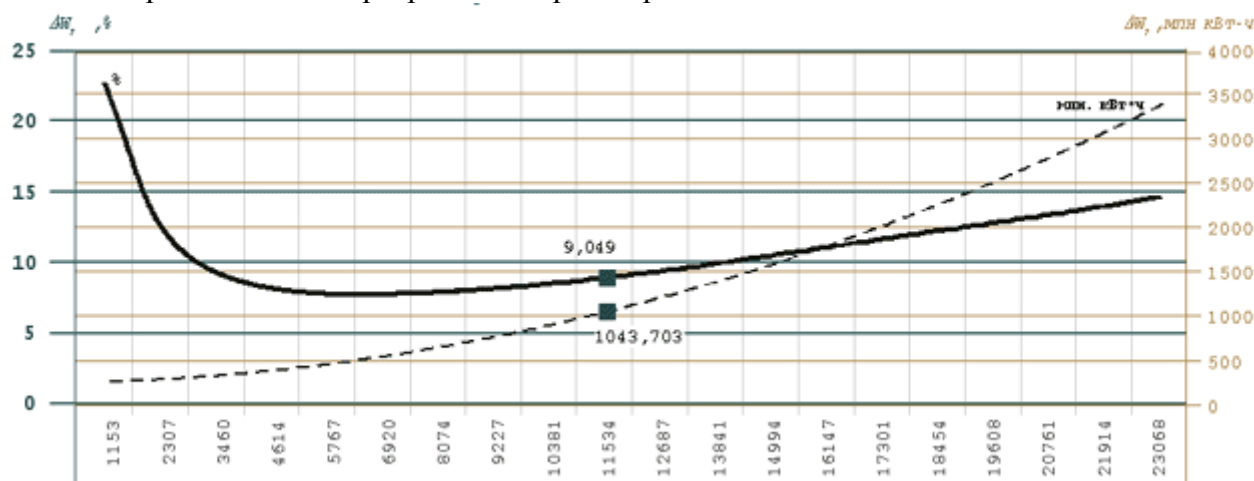


Рисунок 1 - Суммарные технические потери электроэнергии в целом по одному из АО-энерго РАО «ЕЭС России» в абсолютных и относительных единицах

Ущерб от коммерческих потерь, ежегодно возникающий в виде недосбора средств с потребителей, в электрических сетях РАО «ЕЭС России» составляет более 30 млрд. рублей, что эквивалентно недосбору средств в федеральный и региональные бюджеты России в сумме более 7 млрд. рублей. Это актуализирует необходимость разработки методики учета коммерческих потерь электроэнергии при тарифном регулировании.

1. Овсейчук В., Дворников Н., Калинин М. Тарифное регулирование: особенности учета потерь электроэнергии // Новости Электротехники № 6 (30) 2004.

2. Железко Ю.С. Нормирование технологических потерь электроэнергии в сетях - новая методология расчета // Новости электротехники № 5 (23) 2003.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ. ПЕРСПЕКТИВЫ

Автор: Поляков Н.А. ст. гр. СП-22

Научный руководитель: Сухорукова О.Б.

Малый бизнес помогает насытить рынок товарами и услугами, преодолевать отраслевой и территориальный монополизм, расширить конкуренцию.

Быстрая приспособляемость к меняющимся требованиям рынка, способность к оперативной перестройке производства и готовность идти на коммерческий риск позволяют в сжатые сроки удовлетворять запросы потребителей, составляют ощутимое преимущество перед крупными предприятиями.

В данной статье речь пойдет о небольших предприятиях и компаниях, чей валовой оборот в месяц не превышает 1 млн.руб.

Вспомним историю, а именно 1991 год, когда из-за неразберихи в политической жизни страны стала появляться огромная масса предприимчивых людей, называемых «челноками», деятельностью которых являлась поставка зарубежных товаров на российский рынок с целью получения сверхприбыли.

В условиях инфляции, налоговой нестабильности, отсутствия рынка сырья и материалов начинающие предприниматели, почувствовав вкус "легких денег", быстро перекочевали в

сферу улично-палаточной торговли, спекуляции, ушли в другие коммерческие структуры. Уходя от налогообложения, не вкладывая каких-либо средств в помещения, оборудование, культуру торговли, многие бизнесмены получили благоприятные возможности для обогащения. Формула была проста: при небольшом вложении средств получить резкий прирост за небольшой промежуток времени. Импорт имел ряд преимуществ, за которые люди готовы были платить.

Такая ситуация имела непродолжительный характер и спустя какие-то 3-4 года произошло перенасыщение рынка и впервые заговорили о конкуренции, как о некоем барьере, оставляющем только сильных и успешных, следящих за ситуацией на рынке, способных лавировать, предлагая населению новые товары и услуги. Изменилась и формула получения прибыли: при вложении средств получать небольшой прирост за счет низкого процента и растущего оборота.

На рынке произошел первый спад. Люди начали искать новые сферы, в которых существовала возможность получения прибыли. Благодаря этому фактору появились новые предприятия, такие как колбасные цеха, предприятия по изготовлению мебели и т.д. Высокие налоги, всевозрастающая арендная плата за помещение и оборудование, - все это затрудняет продолжение эффективной деятельности и вынуждает направлять основные усилия не на расширение производства, а на борьбу за выживание.

Важной датой в формировании бизнеса в России я считаю август 1998 года. В данный период произошло банкротство более половины предприятий. Объясняется это просто: из-за "обвала рубля" по отношению к доллару и зависимости рынка от импорта произошла гиперинфляция, т.е. к примеру сырье для производства имело стоимость выше, чем готовая продукция. Единственным верным решением в данной ситуации было временное прекращение своей деятельности в течении 3 - 4 месяцев. Те предприятия, которые приняли такое решение остались "на плаву" с незначительной потерей капитала.

Для дальнейшего исследования рассмотрим 2001 год. Эта дата также является основной точкой формирования бизнеса в России. Основным отличием является появление крупных компаний и объединений, способных вытеснить более мелкие предприятия за счет высокого качества обслуживания и большего перечня предлагаемых товаров и услуг, предлагаемых населению. Происходит поиск и захват менее перспективных отраслей, таких как минипечкарни, таксомоторные организации, салоны сотовой связи.

В наше время все меньше и меньше людей, желающих открыть свое дело, считая его рискованным и бесперспективным. В доказательство вышесказанного привожу опрос исследовательского холдинга ROMIR Monitoring, который попытался выяснить у своих респондентов, как бы они распорядились свободными средствами при наличии таковых. Было опрошено 1500 человек в возрасте от 18 лет в более чем ста городах и населенных пунктах России. Респондентам был задан вопрос: "Если бы у вас были свободные денежные средства, то куда бы вы предпочли их вложить?".

В Сибири оказалось немало желающих вложить средства в недвижимость – 47 % (по России – 44%). Также многие положили бы деньги в банк в виде вклада – 31% (21% в среднем по России). Акциям сибиряки доверяют так же, как и остальные россияне – 5%. Интересно, что не нашлось ни одного сибиряка, готового вложить деньги в страхование (общероссийский показатель – 2%). "Другое" как вариант ответа выбрали 4% жителей Сибири (по стране 4%), а 24% ответили, что "не стали бы никуда вкладывать" (28% в среднем по России). Затрудняются ответить – 1%

Для тех, кто все же хочет открыть свое дело, то у меня есть несколько советов по этому вопросу. Не будем рассматривать игру на акциях или вложения в недвижимость. Впрочем, если для вас существует Forex, то вы вряд ли читаете эту статью. Если вы сторонник не только быстрорастущих, но и менее рискованных доходов, то из развивающихся высокими темпами отраслей лучше выбрать те, у которых не только быстрорастущий, но и емкий рынок, с запасом 6-8 лет. К примеру можно открыть Салон красоты и СПА-центр, т.к. растет количество обеспеченных людей, имеющих возможность потратить деньги на свое здоровье.

Бывшие «цирюльни» превращались в полу-медицинские учреждения, обзаводились штатными врачами-косметологами. Лишний вес, целлюлит, обломанные ногти, тусклые волосы, юношеские прыщи, старческие морщины – не счесть проблем, на которых зарабатывает сегодня индустрия красоты. Здесь к услугам клиента и сауна, и турецкая баня, и ванны с минеральными добавками, и даже само «море» в виде баночек с морскими грязями и солями, призванных радикально оздоровить и омолодить кожу, снимают стрессы, расслабляют, успокаивают нервы, но и стимулируют кровообращение, способствуют выведению шлаков через кожу.

Мы оцениваем индустрию красоты возможно как самую перспективную для инвестиций в сфере услуг. Считаем, что темп роста продлится 10-15 лет, затем он достигнет точки насыщения. Для создания салона красоты требуется 120-180 метров площади. Обычно затраты на оборудование окупаются на третий – четвертый месяц его использования. Если к этому времени у салона складывается постоянная клиентура хотя бы в тридцать – семьдесят человек, то можно уверенно рассчитывать на доход в десять-пятнадцать тысяч долларов в месяц. Таким образом, вложив 100-300 тысяч долларов, через год удастся не только вернуть вложенные средства, но и обеспечить себе в дальнейшем 30-40% на вложенный капитал.

Наиболее перспективной областью вложения капитала на сегодняшний день – боулинг.

Здесь, правда, тоже потребуются никак не меньше 300-400 тысяч долларов. Боулинг в целом – это прибыльный бизнес с минимальными затратами на реализацию и низкими операционными расходами, благодаря чему потребность в оборотных средствах невысока. Помимо большого дохода от самой игры боулинг предоставляет возможность инвестору получить дополнительную прибыль от сопутствующих услуг: продажи еды и напитков, бильярда и видеоигр, продажи аксессуаров. Причем, размер этой выручки сравним с выручкой от самой игры.

Поскольку переменные затраты в боулинге очень низки, валовая прибыль может превышать 90%. Окупаемость проекта в среднем без учета капитального строительства составляет 1,5 – 2 года.

Социальная значимость малого предпринимательства велика, так как оно обслуживает основную массу потребителей и оказывает влияние на формирование среднего класса. При этом необходимо учитывать следующие важнейшие социальные факторы: развитие малого бизнеса способствует постепенному созданию широкого слоя мелких собственников, самостоятельно обеспечивающих собственное благосостояние и достойный уровень; сектор малого бизнеса способен создавать новые рабочие места, а следовательно, может обеспечить снижение уровня безработицы и социальной напряженности в стране; способствует изменению общественной психологии и жизненных ориентиров основной массы населения.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ И ФОРМ СОЗДАНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА ДЛЯ ЧАСТНЫХ ИНВЕСТОРОВ

Автор: Рубцова Ю.А. аспирантка ДЭиПМ

Научный руководитель: Бородин В.А.

Инвестиционный климат представляет собой совокупность политических, экономических, юридических, социальных, бытовых и других факторов, которые определяют в конечном итоге степень риска капиталовложений и возможность их эффективного использования. Благоприятный климат характеризуется политической устойчивостью, наличием законодательной базы, умеренными налогами, льготами, представляемыми инвесторам, организацией работы предприятий в целях привлечения инвестиций.

Актуальность темы связана с тем, что в условиях бюджетного кризиса и при незначительных возможностях самофинансирования предприятий привлечение ресурсов является важнейшей задачей.

Задачи исследования:

- изучить теоретические аспекты создания привлекательного инвестиционного климата;

- дать характеристику инвестиционного климата России и Алтайского края;
- выявить недостатки в существующих методах и формах создания привлекательного инвестиционного климата;
- на основе проведенного исследования совершенствовать формы и методы создания привлекательного инвестиционного климата Алтайского края.

Как свидетельствует мировой опыт, инвестиции представляют собой важнейшее условие успешного осуществления воспроизводственного процесса и устойчивого развития национальной экономики.

Существуют различные точки зрения на механизм воздействия инвестиций на экономику и направления регулирования инвестиционного процесса. Одна точка зрения состоит в том, что инвестиции – главный «мотор» экономического роста: чем больше страна накапливает, тем выше темпы роста ее экономики [1; 2; 3]. Согласно другой точке зрения высокий спрос ведет к росту производства, что заставляет фирмы осуществлять инвестиции: чем выше доходы, тем больше страна сберегает, и, следовательно, может инвестировать [4]. Эти два подхода диаметрально расходятся в рекомендациях относительно того, как государство может способствовать накоплению капитала экономики. Сторонники первого подхода утверждают, что следует всячески поощрять сбережения и ограничивать потребление, сторонники второго, напротив, говорят о том, что надо всячески способствовать увеличению спроса, в том числе потребительского, который «вытянет» за собой экономику, и следовательно, инвестиции.

Этапы регулирования инвестиций в Российской Федерации:

1991-1993 гг. – формирование правового и институционального поля инвестиционной деятельности;

1994-1996 гг. – государственная поддержка высокоэффективных инвестиционных проектов;

1997-1999 гг. – переход от замедления темпов спада инвестиций к стабилизации и росту;

2000-2002 гг. – преодоление законодательных и хозяйственных ограничений роста инвестиций в основной капитал;

2003-2007 гг. – обновление основных фондов и переориентация инвестиционной деятельности на развитие производственного потенциала на базе современных технологий;

2008-2010 гг. – выявление и стимулирование развития новых высоко-конкурентных секторов экономики (информационных технологий и услуг).

Отметим, что последние три из перечисленных этапов определены Концепцией государственной инвестиционной политики до 2010 г. соответственно как государственной поддержки оживления инвестиционной активности, устойчивого политического роста и этап структурно-инвестиционных преобразований [5].

Проведенный анализ состояния и тенденций инвестиций на федеральном и региональном уровне показал, что до сих пор не преодолены негативные тенденции в инвестиционной сфере. Наблюдаются диспропорции в распределении инвестиций по субъектам Российской Федерации, отсутствует межотраслевой перелив капитала, а неудовлетворительное состояние воспроизводственной базы снижает конкурентоспособность российской продукции, уменьшает инвестиционную привлекательность предприятий.

Анализ социально-экономического развития регионов является неотъемлемым элементом обоснований региональной политики и основой для прогнозирования территориального развития. Принципиальное значение для прогнозирования имеет оценка общего уровня социально-экономического развития и инвестиционного потенциала региона.

В последние годы при определении уровня социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, построении «индексов» и «рейтингов» инвестиционной привлекательности, предпринимательского и инновационного климата регионов широкое распространение получила идея интегрированных индикаторов.

Согласно результатам рейтинга инвестиционной привлекательности российских регионов рейтингового агентства «Эксперт РА», который рассчитывается ежегодно с 1996 го-

да, инвестиционный потенциал Алтайского края изменялся в незначительных пределах 23-28 место, причем его составляющие: трудовой, потребительский, инфраструктурный, производственный, институциональный, природно-ресурсный потенциал практически не менялся. В 2003-2004 годах по уровню инвестиционного потенциала Алтайский край занимает 26 место среди регионов России и 5 место среди регионов Сибирского федерального округа.

На протяжении 4-х лет (1998 – 2002 годы) Алтайский край относится к самой многочисленной группе регионов (ЗВ1), имеющих пониженный потенциал – умеренный риск, но по итогам рейтинга за 2003 – 2004 годы край переместился в группу (ЗС1) пониженный потенциал – высокий риск.

Факторами, обуславливающими низкую инвестиционную привлекательность отраслей промышленности Алтайского, являются: значительная степень износа основных фондов, низкий коэффициент обновления основных фондов, значительное число убыточных организаций, финансовая несбалансированность производства.

На основе анализа факторов, характеризующих состояние инвестиционного потенциала, можно выделить следующие инструменты регулирования, направленные на повышение инвестиционной привлекательности и снижение инвестиционных рисков. К ним относятся:

- реструктуризация убыточных организаций;
- создание благоприятных условий для деятельности институциональных инвесторов;
- применение методов ускоренной амортизации основных фондов;
- налоговые льготы, стимулирующие использование прибыли и амортизации для вложений в основной капитал.

Увеличение объема привлекаемых прямых иностранных инвестиций возможно за счет: совершенствования нормативно-правовой базы деятельности иностранных инвесторов; создания системы страхования иностранных инвестиций; обеспечение гарантий прав собственности и равных условий конкуренции; информирование об инвестиционных возможностях в отдельных отраслях.

В качестве связующего элемента информационной инфраструктуры Алтайского края предлагается создать информационно-консультационное агентство, выполняющее информационную, представительскую, аналитическую, консультационную, организационные функции.

Реализация сформулированных предложений по совершенствованию механизма регулирования инвестиций позволит построить оптимальную и сбалансированную инвестиционную систему, ориентированную на обслуживание процессов расширенного воспроизводства экономики на национальном и региональных уровнях.

Литература

1. Barro R. Economic Growth in Cross-Section of Countries / Quarterly Journal of Economics 105 (2) P/ 407-443/
2. De Long J. Equipment Investment and Economic / J. De Long, L. Summers / Quarterly Journal of Economics. № 106 (2). P. 445-502.
3. Mankin N. Contribution to the Empirics of Economic Growth / N. Mankin, D. Romer, D. Weil / Quarterly Journal of Economics 107 (2) P. 407-438.
4. Carrol C. Saving and Growth: A. Reinterpretation / C. Croll, D. Weil. Camegie-Rochester Series on Public Policy 40, North Holland, 1994. P. 133-192.
5. Концепция государственной инвестиционной политики на период до 2010 г. // Федеративные отношения и региональная социально-экономическая политика. 2001. № 1. С. 3-29.

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ЭНЕРГООБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «АЗПИ»)

Автор: Румянцева О. Д. ст.гр. ЭУП-11
Научный руководитель: Пархаев В. Н.

Созданная в СССР единая энергетическая система, обеспечивающая централизованное электро- и теплоснабжение основных потребителей, являлась самой эффективной и передовой в мире. Однако происходящие сегодня изменения в сфере экономики и политики, появление новых высокоэффективных энергетических технологий делают появление и широкое распространение децентрализованных энергоисточников объективной реальностью. Как показал проведенный анализ деятельности ряда предприятий машиностроительного комплекса, доля затрат на электрическую и тепловую энергию в себестоимости продукции выросла с 1-2% в 1990 году до 16-20% в 2000 году, сокращение промышленного производства на 50-60% по сравнению с 1991 г. не привело к соответствующему снижению потребления электрической и тепловой энергии (при уменьшении выпуска промышленной продукции в 3-4 раза потребление энергии на предприятиях сократилось всего лишь в 1,5-2 раза). Темпы роста тарифов на энергию превышают темпы роста цен на продукцию большинства отраслей хозяйства. Предполагается, что рост цен на энергоносители, осуществляемый, в основном, в период до 2007 года, будет составлять в среднем около 15% в год, что приведет к росту потребительских цен на 2-3% в год. К тому же традиционные централизованные теплофикационные системы не обеспечивают расчетной экономии топлива и общей эффективности. Тепловые потери при транспорте горячей воды на большие расстояния достигают 25% и более. В России одним из перспективных направлений совершенствования топливно-энергетического комплекса и обеспечения максимальной экономии топлива может стать создание систем теплоснабжения на базе мини-ТЭЦ с использованием газопоршневых или микротурбинных установок, работающих на природном газе и способных дать существенный экономический эффект от комбинированной выработки электрической и тепловой энергии (когенерации). С учетом затрат на обслуживание, при средней стоимости 1 кВт установленной электрической мощности, равной 600 долл., срок окупаемости мини-ТЭЦ составляет всего 3-4 года. Капитальные затраты на когенератор быстро окупаются за счет низкой себестоимости энергии в целом. Когенерация представляет собой высокоэффективное использование первичного источника энергии - газа, для получения двух форм полезной энергии - тепловой и электрической. Сердцем системы является первичный двигатель. Выбор первичного двигателя определяется относительной стоимостью топлива, местными условиями, потребностью в тепле и т.п. Поршневые двигатели имеют наилучшее соотношение "расход топлива - энергия", и часто являются лучшим выбором там, где стоимость электроэнергии значительно выше тепловой (они наиболее эффективны и лучше всего приспособлены для применений, где требуются мощности от 45 кВт до 3500 кВт). Когенератор на большинстве российских промышленных предприятий работает параллельно с внешней сетью. При решении вопроса о строительстве мини-ТЭЦ необходимо принимать во внимание их преимущества по сравнению с традиционными большими паро- или газотурбинными электростанциями: меньшую себестоимость выработки тепла и электроэнергии, высокий КПД (до 94%), относительно небольшой объем капиталовложений, короткий срок проектирования и строительства, восприимчивость к переменным нагрузкам, меньшую стоимость передачи и распределения тепла и электроэнергии, низкий уровень вредных выбросов, простоту эксплуатации, меньшие эксплуатационные затраты. Топливом является газ, его преимуществом является относительная дешевизна, мобильность и доступность. Многие газораспределительные предприятия предлагают различные формы скидок при покупке газа для когенерации.

Проведенный на ЗАО «АЗПИ» анализ хозяйственной деятельности подтверждает статистику. В среднем доля энергозатрат в общей сумме материальных затрат за период 2001-2005 гг. составила 15%, в связи с ростом производства продукции растут соответственно и энергозатраты, в большей степени потребление электроэнергии, что обусловлено особенностями производства. ЗАО «АЗПИ» занимается производством комплектующих для дизельных двигателей, высокое качество изготавливаемых распылителей и форсунок обеспечивается современным высокоточным оборудованием, которое в большинстве своем автоматизировано, работает от электросети. Структура потребления тепла и электроэнергии

складывается как на большинстве промышленных предприятий, естественно порядка 90% электроэнергии участвует непосредственно при производстве продукции, часть направляется на обеспечение производственного процесса: вентиляция, освещение рабочих мест, обслуживание работников (столовая, бытовая техника), работа компьютеров и оргтехники. Теплоснабжение необходимо на протяжении пяти месяцев с ноября по февраль включительно, величина имеет тенденцию к увеличению в январе и феврале, в остальные месяцы величина потребления в среднем составляет 1700 Гкал. В летнее время в отсутствие затрат по теплоснабжению затраты на электроэнергию возрастают, поэтому в среднем величина затрат по энергоснабжению остается в течение всего года постоянной. В целях сокращения энергопотребления предприятие приняло решение о приобретении когенерационной установки для обеспечения собственных нужд (не предполагается в ближайшем времени отпускать энергию сторонним организациям). В данном случае встает вопрос выбора вида когенерационной установки по мощности. Возможны три варианта. Первый-приобретается оборудование, способное покрывать энергозатраты по минимуму; в данном случае инвестиционные капиталовложения будут не столь значительны, при этом снижение энергозатрат не существенно при данных объемах производства. Второй вариант- закупается оборудование мощностью, соответствующей среднему уровню энергопотребления. В данном случае предприятие должно четко определиться со временем работы когенерационной установки, так как основная часть энергозатрат покрывается собственными силами и лишь в пиковые периоды возникает потребность во внешнем подключении, перебои в котором неблагоприятно скажутся на производственном процессе. И, наконец, третий вариант- предприятие за счет мощностей возможностей когенерационной установки покрывает потребность и пиковой зоне, в данном случае это автономное потребление, как правило приобретение подобного оборудования требует существенных инвестиционных вливаний. ЗАО «АЗПИ», как динамично развивающимся предприятием, было принято решение в пользу приобретения когенерационной установки, обеспечивающей мощность, достаточную для покрытия энергопотребления в течение суток полностью

РЕФОРМИРОВАНИЕ ЭНЕРГОКОМПЛЕКСА

Автор: Старыгин А. М. ст. гр. Э-11

Научный руководитель: Никитина О. Л., доц. ДЭиПМ

В системе национальной и экономической безопасности РФ энергетическая безопасность является одной из важнейших составляющих защиты жизненно важных интересов личности, общества, государственного суверенитета, территориальной целостности и конституционного строя. Обеспечение энергетической безопасности страны является необходимым условием поддержания требуемого уровня национальной и экономической безопасности на основе эффективного использования топливно-энергетического потенциала страны.

Серьезную угрозу представляет инвестиционное недофинансирование развития отраслей ТЭК, что ведет к недостаточному обновлению основных фондов, повышенному старению оборудования при снижении его эксплуатационных возможностей, некомпенсированному выбытию мощностей.

Технический уровень и техническое состояние большинства предприятий и объектов ТЭК не отвечают современному уровню, в ряде случаев не соответствуют требованиям безопасности и охраны окружающей среды, становятся критическими. Основные фонды отраслей ТЭК уже сейчас имеют сильный износ и большой возраст, что при высокой капиталоемкости и инвестиционной инерционности комплекса создает огромную угрозу энергетической безопасности страны. В частности, износ основных фондов в энергетике сегодня составляет около 60%. Предотвращение энергетического кризиса - одна из важнейших общеэкономических и политических проблем.

С учетом значимости энергетического фактора в экономике страны и стратегии экономической безопасности разработан проект Доктрины энергетической безопасности РФ.

Хорошо знает ситуацию и Председатель Правления РАО "ЕЭС России" А. Чубайс. Выступая перед акционерами РАО "ЕЭС России" по вопросу реструктуризации компании, он приводит следующие данные ([сайт РАО "ЕЭС"](#)).

Если наметившийся в последний год рост потребления электроэнергии будет продолжаться, а ситуация в электроэнергетике не изменится, то Россия из энергоизбыточной страны превратится в энергонедостаточную.

Конечно, одной из главных причин подобной ситуации является резкое снижение инвестиций в электроэнергетику. За последнее десятилетие они снизились более чем в три раза в неизменных ценах. Такие же данные приводит в своей статье А. Дьяков (Известия РАН. Энергетика, 2000, № 1) Отсутствие инвестиций в новое строительство привело к тому, что ежегодно энергетики выводят столько же мощностей, сколько вводят, т.е. за последние 10 лет практически нет прироста установленной генерирующей мощности.

В стране сейчас разрабатывается много стратегий развития, прогнозов и т.д. Разработана и рассмотрена экспертными советами и стратегия развития энергетики на период до 2020 г. Конечно, прогнозы необходимо делать. При этом очень важно, чтобы они хотя бы показывали правильное направление.

Предусмотрено увеличить за 20 лет установленную мощность на электростанциях на 109 ГВт, при этом за тот же срок будет выведено устаревших мощностей около 100 ГВт - итого нужно построить 209 ГВт. В среднем ежегодно, начиная со следующего года, нужно вводить по 10 ГВт установленной мощности, что в СССР делалось в лучшие годы.

Очевидно, при сегодняшнем состоянии строительного комплекса в электроэнергетике, даже при наличии инвестиций подобные планы не будут выполнены.

Говоря об инвестициях, в них явно забыты инвестиции на проведение работ по энергосбережению, а они очень большие, и на экологические мероприятия, связанные с выводом устаревших мощностей и т.д. Представляется, что суммы должны быть удвоены.

Частные инвестиции и кредиты будут связанными, в Россию будет поставляться в основном иностранное оборудование, российское энергетическое и электротехническое машиностроение будет разрушено полностью, российская наука будет не нужна.

Г-н А. Чубайс просил в Государственной Думе дать другое реальное решение. Предлагаю вариант такого решения, предварительно напомнив, что всего 10 лет назад Россия имела самую надежную и протяженную энергосистему в мире, в отличие от Запада у нас не было более 50 лет серьезных системных аварий, мы первые в мире освоили оборудование на классы напряжения 500, 750 и 1150 кВ. К нам приезжали перенимать опыт из многих стран, в том числе и США, а не мы к ним.

Итак: 1. Не нужно искать иностранных инвестиций. Энергетика обязана обеспечить инвестициями себя сама. С этой целью в тарифы нужно ввести постоянную инвестиционную составляющую не менее 8% и аккумулировать эти средства в государственной структуре, например, назовем ее "Росэнерго". При этом не стоит спекулировать, как это делает г-н А.Чубайс, на тарифах для населения. Население потребляет всего около 12% вырабатываемой энергии, и, если его совсем не тронуть, это мало скажется на общей ситуации.

2 Все высоковольтные сети должны принадлежать государству. С этой целью создается Государственное унитарное предприятие "Федеральные электросети России".

3 Нельзя отдавать в "частные руки" и гидроэнергетику, работающую, как правило, в пиковом режиме. Поэтому должно быть создано Государственное унитарное предприятие "Гидроэнергетика".

4 Государство обязано принять меры к лоббированию отечественного производителя. При наличии платежеспособного спроса российские заводы способны обеспечить энергетику практически всем необходимым оборудованием. Еще не поздно поднять на ноги отечественное энерго- и электромашиностроение.

Принятие перечисленных мер позволит смягчить кризис, а затем и выйти из него. Все предлагаемые меры необходимы на период кризиса в экономике страны. Предлагаемая же г-

ном А. Б Чубайсом реструктуризация РАО со ссылкой на современный опыт зарубежных стран может быть и хороша для стабильно работающей экономики.

Иностранным акционерам и инвесторам можно передать физически и морально устаревшие ТЭС. Раз уж купили акции "по дешевке", сделайте вложения и приведите эти ТЭС к современному уровню.

Список источников:

1. <http://www.bpcgroup.ru/press-center/>
2. <http://www.gzt.ru/business/>
3. <http://ngv.ru/projects/energy/>

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ.

Автор: Трофименко Н.С.

Научный руководитель: Аветисян П.М.

Бюджетный метод в условиях нестабильности является важным методом управления предприятием. Его применение эффективно в области: финансового менеджмента; управления коммерческой деятельностью; организации общего управления; управления затратами общей стратегии развития предприятия.

Эффект от разработки бюджета состоит в повышении степени гибкости предприятия из-за возможности предвидеть результаты управленческих действий, определить базовые установки для каждого направления деятельности предприятия и рассчитать разные варианты, заранее подготавливая ответные действия на возможные изменения как во внешней, так и во внутренней среде.

На сегодняшний день процесс формирования бюджета в странах с развитой экономикой представляет собой целостную, четко работающую систему непрерывного планирования, включающую все основные вопросы: от обоснования целей и задач до контроля его исполнения на всех стадиях.

Однако специфика отечественных экономических условий не позволяет формально отнестись к внедрению системы бюджетирования по западному образцу.

Для успешного формирования, внедрения и функционирования системы бюджетирования на предприятии необходимо соблюдение следующих условий: необходимо совершенствование организационной структуры предприятия, структуры бизнес-процессов, учетной системы; необходима интеграция бюджетирования с организационной и информационной структурами предприятия и схемами исполнения бизнес процессов; необходимо стандартизировать данные и наладить их совместное использование всеми бизнес единицами предприятия; на предприятии должны быть четко структурированы все процессы, распределены функции и определены лица, ответственные за конкретные процессы.

Одним словом перед руководителями стоит сложная задача – грамотно начать внедрение системы бюджетирования, одновременно решая две основные проблемы – организационную и техническую.

Ряд российских ученых на основе зарубежного и отечественного опыта предлагают следующие типовые стадии процесса внедрения бюджетирования:

А) На первой стадии осуществляется структуризация статей бюджета и схем их консолидации.

Б) На следующем шаге необходимо распределить планирование значений бюджетных статей по так называемым «центрам финансового учета» (ЦФУ).

В) И, наконец, подлинная система бюджетного управления немислима без создания модели финансовой ответственности – построения финансовой структуры с выделением центров финансовой ответственности (ЦФО).

Большие трудности при построении бюджетной системы вызывает также выделение в компании центров финансовой ответственности – ЦФО. ЦФО могут включать объекты двух

типов – влияющие на прибыльность и влияющие на платежеспособность. В пределах одного ЦФО могут быть как центры обоих типов, так и только одного из них.

Задача внедрения бюджетирования не решается с помощью какой-то уникальной компьютерной программы – нашей или зарубежной. При бюджетировании на первый план выходит согласованная и мотивированная работа большого числа людей, которая нереализуема без адекватной структурной организации деятельности и менеджмента персонала.

СИСТЕМА БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ОАО «АЛТАЙЭНЕРГО»

Автор: Чернобровина С. А. ст. гр. ЭУП-12

Научный руководитель: Пархаев В. Н.

Открытое акционерное общество энергетики и электрификации Алтайского края «Алтайэнерго» (далее - «Общество») учреждено в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 14 августа 1992 г. № 922 «Об особенностях преобразования государственных предприятий, объединений, организаций топливно-энергетического комплекса в акционерные общества», Указом Президента Российской Федерации от 15 августа 1992 г. № 923 «Об организации управления электроэнергетическим комплексом Российской Федерации в условиях приватизации», Указом Президента Российской Федерации от 5 ноября 1992 г. № 1334 «О реализации в электроэнергетической промышленности Указа Президента Российской Федерации от 14 августа 1992 г. № 922 «Об особенностях преобразования государственных предприятий, объединений, организаций топливно-энергетического комплекса в акционерное общество». Общество является правопреемником Производственного объединения энергетики и электрификации Алтайского края «Барнаулэнерго».

Основной вид деятельности: производство и передача тепловой и электрической энергии. Организационно-правовая форма: открытое акционерное общество, форма собственности - акционерное общество. Численность персонала - более 10 000 человек.

Начало формирования системы бюджетного планирования в ОАО «Алтайэнерго» относится к 1998 г. Бюджетирование - это процесс построения и исполнения бюджета компании на основе бюджетов отдельных подразделений. Бюджетное планирование - Этот процесс рассматривался как основа мероприятий по финансовому оздоровлению компании. А финансовое положение можно было охарактеризовать как кризисное, предбанкротное. Объем кредиторской задолженности перед поставщиками и подрядчиками превышал в 1,5 раза объем дебиторской задолженности потребителей. Предприятие практически не рассчитывалось с федеральным бюджетом и пенсионным фондом, соответствующие пени и штрафы ухуждали и без того неприглядный баланс.

Разработчики бюджетов энергокомпании столкнулись с проблемой адаптации методик бюджетного планирования: внедрение терминологически в сознание менеджеров понятия, трудоемкость процессов, рутинность выполняемых работ по сбору данных, терялась оперативность. Объем полученной информации, на тот момент был невелик, практически не поддавался классификации, зачастую был недостоверен. Все эти факторы вызывали в 2001 г. необходимость и внедрение автоматизированной системы бюджетирования.

Принципы бюджетирования, -бюджет-это закон,

-гибкость бюджета-бюджет-закон, реальность бюджета, -прозрачность бюджета,

-построение бюджета «Снизу вверх», от низовых звеньев финансовой структуры к вершине.

Система бюджетирования закреплена и утверждена советом директоров и ген. Директором общества.

Бюджетирование в ОАО «Алтайэнерго» регулируется: -положением о системе бюджетирования; -положением о порядке формирования бюджета; положением о бюджетном комитете; -положением о порядке существования платежей. ВИДЫ И ФОРМАТЫ БЮДЖЕТОВ.

Все имеющиеся форматы и виды бюджетов в ОАО «Алтайэнерго» подчинены содержанию основного бюджета Общества, который утверждается материнской компанией РАО «ЕЭС РОССИИ» и называется «Движение потоков наличности» (ДПН)- отражает движение

денежных средств по доходам и расходам компании. Бюджетирование осуществляется по трем периодам: год, квартал, месяц. Сводный бюджет состоит из: бюджета доходов и расходов, платежного календаря и плана привлечения и погашения кредита.

Бизнес- процессы бюджетирования.

Бюджетирование состоит из выполняемых последовательно бизнес-процессов: построение процессов бизнеса, составление бюджета, утверждение бюджета, доведение бюджета до исполнителей, исполнение бюджета, контроль за исполнением бюджета.

Начальная стадия бюджетирования - построение модели бизнеса. Перед подготовкой любого плана (а бюджет - это план) необходимо определить, то зачем мы это делаем, и что нам может помешать.

Стадия составления бюджета начинается с прогнозирования доходов от продаж. Предоставляется в финансовое управление ожидаемые поступления денежных средств. Расходная часть формируется путем консолидации заявок на формирование бюджета, поступивших от ЦФО. Заявка составляется в программе «Казна». Заявка проходит систему согласования. Баланс бюджета обеспечивается путем применения системы приоритетов и сценариев секвестирования. На стадии утверждения проекта бюджета проходит предварительное согласование в бюджетном комитете. После утверждения бюджет доводится финансовым управлением до всех уровней финансовой структуры. Появление цифр бюджета в программе «Казна» означает, что бюджет утвержден. Ключевым документом на стадии исполнения бюджета является заявка. Программа не позволит ЦФО составить, а казначейству зарегистрировать заявку, превышающую бюджет. При возникновении острой необходимости оплаты заявки, не предусмотренной бюджетом (аварийная ситуация, непредвиденные расходы), есть два выхода:

-корректировка бюджета за счет увеличения доходов или переброска с одной статьи на другую;

-использование средств, специального резервного фонда (распорядитель - ген. Директор).

Оплата заявок осуществляется казначейством.

Все запланированные к поступлению денежные средства в расходной части бюджета распределяются по статьям затрат под контролем генерального директора Общества.

Важнейшим элементов бюджетного процесса является контроль за исполнением. Внедрение бюджетирования позволило четко распределить ответственность и полномочия между заместителями генерального директора, определить оценки деятельности филиалов. Основные показатели бюджетного процесса контролируются на основе оперативной информации ежемесячно.

Следует добавить, что жесткое бюджетирование предъявило более высокие требования к достоверности планов.

Результативность управления.

В заключении хотелось бы резюмировать те плюсы, которые дало внедрение автоматизированной системы бюджетирования:

-обеспечение прозрачности финансовых операций;

-программа обеспечивает получение всех отчетов в режиме реального времени;

-информация может быть представлена в любых объемах и степени детализации по желанию пользователя;

-программа универсальна и с незначительными поправками.

Результат внедрения программы стал стабилизатором кредитного портфеля, выявились скрытые резервы, сократился ряд второстепенных, непредвиденных расходов. Внедрение бюджетирования сыграло немаловажную роль в общей стабилизации финансового положения энергосистемы и повышения ее финансового рейтинга.

Важнейшим результатом реализации программы финансового оздоровления компании принято считать тот факт, что в 2002 г. ОАО «Алтайэнерго» вышло на уровень минимальной рентабельности.

ЖИЛИЩНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Автор: Шевцов П. ст. гр. СП-22

Научный руководитель: Сухорукова О.Б.

В 2004 г. на территории Российской Федерации за счет всех источников финансирования построено 477,4 тыс. новых благоустроенных квартир общей площадью 41 млн. м², что соответствует уровню 1995 г. За последние четыре года объемы жилищного строительства ежегодно наращивались. Так, прирост общей площади введенного в 2001г. жилья по сравнению с предыдущим годом составлял 4,6%, в 2002г. - 6,7%, в 2003 г. - 7,7%, в 2004 г. - 12,6%. Это позволило увеличить в 2004 г. по сравнению с 2000 г. более чем на треть (на 36,4%) ввод общей площади жилья в расчете на 1000 человек населения. Улучшилась обеспеченность населения жильем, в жилищном фонде в 2004 г. в среднем на одного жителя приходилось 20,5 м² общей площади жилищ против 20,2 м² в 2003 г. и 19,3 м² в 2000 г. Наращивание темпов жилищного строительства продолжается. В январе-июне 2005 г. введено 153,3 тыс. квартир общей площадью 14,4 млн. м², что составило 109,2% к январю-июню 2004 г., в то время как в январе-июне 2004 г. прирост жилищного строительства к соответствующему периоду 2003 г. составлял 103,5%. Наибольшие объемы жилья в расчете на 1000 человек населения в 2004 г., как и в предыдущем году, введены в Московской области — 866 м² общей площади, что в 3 раза превышает этот показатель, сложившийся в среднем по России (285 м²), в Астраханской области — 631 м², Белгородской области — 534 м², Чувашской Республике — 480 м². Республике Татарстан — 469 м², Ханты-Мансийском автономном округе — Югре — 481 м². Менее 50 м² на 1000 человек населения за год, по-прежнему, построено в Мурманской, Магаданской, Камчатской областях, Республике Ингушетия и Усть-Ордынском Бурятском автономном округе; от 50 до 100 м² — в Архангельской области, Республике Тыва, Коми-Пермяцком автономном округе, Еврейской автономной области. Ввод в действие общей площади жилых домов на 1000 человек населения в Ивановской области снизился со 105 м² в 2003 г. до 80 м² в 2004 г., в Республике Адыгея — со 130 до 89 м² соответственно. В 2004 г. на территории девяти субъектов Российской Федерации более чем на треть по сравнению с 2003 г. возрос объем сданного в эксплуатацию жилья, из них в Московской, Новгородской, Кировской, Читинской, Сахалинской областях, Усть-Ордынском Бурятском автономном округе — в 1,4 раза, Омской области — в 1,6 раза, Республике Алтай — в 1,8 раза, Агинском Бурятском автономном округе — в 2,1 раза. На территории Москвы объемы жилищного строительства увеличились на 3,1%, Санкт-Петербурга — на 14,5%. В то же время произошло значительное снижение объемов жилищного строительства на территориях Мурманской и Магаданской областей, где ввод жилья в 2004 г. не превысил 55% от уровня 2003 г., Эвенкийского автономного округа — 33%, Коми-Пермяцкого автономного округа — 62%. В 2004 г. не сдавались в эксплуатацию новые жилые дома в Таймырском (Долгано-Ненецком) и Корякском автономных округах. В структуре жилищного строительства доля частной формы собственности в общем вводе жилья в 2004 г. достигла 73,1%, снизились доли государственной, муниципальной и смешанной форм собственности. Ежегодно снижаются объемы вводимого жилья в государственном секторе экономики, в 2004 г. его доля в Архангельской, Пензенской областях, Чувашской Республике, Ставропольском крае составила менее 1%; в Воронежской, Костромской, Псковской, Самарской, Сахалинской областях, Республике Дагестан, Краснодарском крае — от 1 до 2%. В то же время на организации государственного сектора экономики в Омской области приходится 26,6% сданного в эксплуатацию жилья, в Республике Саха (Якутия) — 29,2%, Республике Тыва — 30,7%, Республике Ингушетия — 33,1%, Хабаровском крае — 43,5%, Мурманской области — 74,1%, Чукотском автономном округе -100%. Продолжается возобновленный с 2001 г. рост ежегодных объемов индивидуального жилищного строительства. В 2004 г. населением за свой счет и с помощью кредитов введено 113,2 тыс. собственных жилых домов общей площадью 16,1 млн. м², что составило 106,1% к уровню 2003 г. При этом доля индивидуального домостроения в общем вводе жилых домов несколько сократилась и в 2004 г. составила 39,2% против 41,6% в 2003 г. Размеры земельных площадей под индивидуальное жилищное строительство, находящихся в собственности, владении и пользовании граждан, в те-

чение 2004 г. возросли незначительно (на 0,4%). Средний размер участков под индивидуальной застройкой составляет 0,11 га. В Южном федеральном округе строительство частных жилых домов в течение ряда лет является определяющим в развитии жилищного строительства в целом. Доля индивидуальных жилых домов в общем объеме введенного жилья в 2004 г. составила от 47,8% в Волгоградской области до 100% в Республике Адыгея, в целом по округу — 68,7%. Более 60% от общего ввода жилых домов построено населением в 2004 г. на следующих территориях: в Северо-Западном федеральном округе — в Ленинградской области (65,9%); в Центральном — в Костромской области (67,6%); в Приволжском — в Оренбургской области (69,4%), Республике Башкортостан (62,4%), Удмуртской (64,0%) и Чувашской (69,2%) республиках, Коми-Пермяцком автономном округе (95,7%); в Сибирском федеральном округе — в республиках Тыва (60,9%), Бурятия (66,9%), Алтай (71,7%), Алтайском крае (64,4%), Эвенкийском (76,0%) и Усть-Ордынском Бурятском (100%) автономных округах. Менее четверти от общего объема введенного жилья в 2004 г. составила доля индивидуальных жилых домов в Мурманской, Тюменской, Новосибирской, Томской, Читинской, Магаданской областях, Хабаровском крае, Ненецком и Ямало-Ненецком автономных округах, Ханты-Мансийском автономном округе — Югре. В Санкт-Петербурге в 2004 г. населением было построено 3,9% введенных жилых домов, в Москве индивидуальное жилищное строительство не практикуется. В 2004 г. по сравнению с 2003 г. на треть и более увеличился ввод общей площади индивидуальных жилых домов в Курской, Ярославской, Кемеровской областях и Республике Алтай; в 1,6-2 раза — в Камчатской области и Ямало-Ненецком автономном округе; более, чем вдвое — в Республике Тыва и Эвенкийском автономном округе. В 2004 г. в крестьянских (фермерских) хозяйствах построено 382 жилых дома общей площадью 42,4 тыс. м², что на 25,2% меньше, чем в предыдущем году. В индивидуальном жилищном строительстве отдельными категориями граждан используются средства федерального бюджета, полученные ими в виде безвозмездных субсидий, компенсаций за утраченное жилье, долговременных беспроцентных возвратных ссуд на строительство жилья и других льгот. Беженцами и вынужденными переселенцами в 2004 г. построено 395 индивидуальных жилых домов; гражданами, выезжающими из районов Крайнего Севера и приравненных к ним местностей — 229 домов; ликвидаторами последствий аварии на Чернобыльской АЭС — 64 дома; военнослужащими и лицами, уволенными в запас или отставку — 301 дом. Площадь введенных этими группами населения собственных жилых домов составила 150,1 тыс. м², что на 7,9% больше, чем в 2003 г., ее доля в объеме построенного индивидуального жилья не превышает 1%. Доля объема платных услуг по строительству жилья и других построек по заказам населения в общем объеме бытовых услуг в 2004 г. практически сохранилась на уровне 2003 г., составив 13,9%. Не корпоративными организациями и физическими лицами, занимающимися предпринимательской деятельностью без образования юридического лица на индивидуальной основе, в 2004 г. оказывалось 95% платных услуг по индивидуальному строительству. С участием наемных строительных рабочих и по договорам строительного подряда вводится треть общей площади индивидуальных жилых домов. В 2004 г. для членов жилищно-строительных кооперативов (ЖСК) введено 492,6 тыс. м² общей площади жилья, что на 1,4% меньше, чем в предыдущем году. Жилищно-строительными кооперативами осуществлялся ввод жилья на территории 37 субъектов Российской Федерации. При этом доля такой формы жилищного строительства незначительна (1,2% в среднем по России) и только в трех субъектах Российской Федерации она превышает 10% — в Карачаево-Черкесской Республике (12%), Саратовской (15,8%) и Томской (19%) областях. Наибольший объем жилья, построенного жилищно-строительными кооперативами в России, имеет Саратовская область — 76,4 тыс. м², который возрос по сравнению с 2003 г. на 14,2%. Опережающими темпами осуществлялось жилищное строительство в городах и поселках городского типа. В 2004 г. для горожан введено жилых домов на 14% больше, чем в 2003 г., для сельских жителей — на 7,6%. При этом темп строительства индивидуальных домов на селе в 2004 г. к уровню предыдущего года несколько выше, чем в городах. Продолжает нарастать разрыв между объемами строящегося жилья, приходящегося на 1000 человек городского и сельского населения. Так, в 2004 г. в городах и поселках городского типа в расчете на 1000 человек населения введено 307 м² общей площади

жилых домов, что на 81 м² больше, чем в сельской местности, в 2003 г. - 267 м² (на 57 м² больше), в 2000 г. - 218 м² (на 36 м² больше). Из построенных в 2004 г. частных сельских домов 23% площади приходится на дома коттеджного типа, городских — 39,5%. Это объясняется лучшим обустройством городов и поселков городского типа инженерными коммуникациями и сетями. Полностью обеспечено инженерными коммуникациями 39,7% площади индивидуальных жилых домов, введенных в 2004 г. (в городах — 50,8%, на селе — 28,3%), не оборудовано водопроводом, канализацией, отоплением, горячим водоснабжением 22% общей площади жилья в построенных населением собственных домах. В завершенном строительстве в 2004 г. жилых домах преобладают двух- и трехкомнатные квартиры — 60,3%, доля однокомнатных квартир составила 25,2%. Доля квартир с четырьмя и более комнатами в построенных индивидуальных домах составила 41,5%. По объему жилищного строительства и среднему размеру построенных квартир Россия отличается от уровня стран ближнего и дальнего зарубежья. Так, в 2003 г. введено жилых домов в расчете на 1000 человек населения: в Грузии — 47 м² общей площади, Таджикистане — 56 м², Молдавии — 80 м², Латвии — 83 м², Украине — 136 м², Казахстане — 138 м², Румынии — 141 м², Азербайджане — 157 м², Армении - 160 м², России - 252 м², Чехии - 279 м², Беларуси — 307 м², Польше — 493 м². Средний размер квартир, построенных в 2003 г., составил: в Таджикистане — 51 м² общей площади, России — 85 м², Азербайджане — 92 м², Беларуси — 94 м², Украине — 103 м², Румынии и Чехии — 105 м², Армении — 105 м², Польше и Казахстане — 116 м², Молдавии 125 м², Грузии — 177 м², Латвии - 234 м². В 2004 г. в России средний размер введенных квартир составил 86 м² общей площади. В новых частных домах средний размер квартир в 2004 г. составил 138,5 м² против 118,8 м² в 2000 г. и 99,7 м² в 1995 г., возросла площадь вспомогательных и подсобных помещений. В структуре инвестиций в основной капитал доля затрат на жилищное хозяйство в 2004 г. по крупным и средним организациям составила 8,4%. Объем инвестиций, использованных на эти цели, по сравнению с предыдущим годом увеличился на 9,1% и составил 179 млрд. руб. Государственная поддержка жилищного строительства из федерального бюджета в 2004 г. распространялась лишь на 2% общей площади введенных жилых домов, в 2001 г. — на 3,6%. За счет этого источника в 2004 г. построены жилые дома общей площадью 809,3 тыс. м², что на 4,7% меньше, чем в 2003 г. Для военнослужащих, сотрудников органов внутренних дел и лиц, подлежащих переселению из закрытых и обособленных военных городков, в 2004 г. построено и приобретено 13,7 тыс. квартир общей площадью 911,1 тыс. м² (84,6% к уровню 2003 г.). Для граждан, выезжающих из районов Крайнего Севера и приравненных к ним местностей в 2004 г. построено 1,4 тыс. квартир общей площадью 80,3 тыс. м². Постепенно расширяется география применения ипотечных кредитов при строительстве жилья. В рамках региональных программ ипотечного кредитования жилищного строительства в 2004 г. осуществлялся ввод в действие жилых домов на 34 территориях России против 24 территорий в 2003 г. и 12 территорий в 2001 г. Объем введенной площади за счет ипотеки в целом по России увеличился по сравнению с 2003 г. в 1,6 раза и составил 213,5 тыс. м². Однако доля этого вида строительства в общем объеме введенного жилья в России составляет лишь 0,5%. Наибольшие объемы ипотечного жилья в 2004 г. вводились в Омской области (15,5 тыс. м²), в республиках Коми (17 тыс. м²) и Мордовия (25,5 тыс. м²), Тюменской области (26,8 тыс. м²). В Москве ввод такого жилья в 2004 г. не осуществлялся. За счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов в 2004 г. построены жилые дома общей площадью 2,4 млн. м². Этот источник финансирования используется в среднем по России при строительстве 5,9% жилья, в Республике Саха (Якутия) — 15,4% жилья, Тюменской области — 29,6%, Москве — 27,4%, Ямало-Ненецком автономном округе — 62,6% жилья. Объемы жилищного строительства за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов в 2004 г. по сравнению с предыдущим годом увеличились на 10,1%, в 2003 г. — на 4,2%.

СОСТОЯНИЕ И ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ПРОМЫШЛЕННОСТЬ АЛТАЙСКОГО КРАЯ.

Автор: Сувалова Т.В., Маренина М.И. – ст. гр. ЭУП-41
Научный руководитель: Бородин В.А.

Анализируя промышленное производство в Алтайском крае, можно выделить ряд причин, сдерживающих его развитие: отсутствие необходимых оборотных средств, недостаточные темпы обновления техники и внедрения новых технологий, низкий уровень конкурентоспособности выпускаемой продукции, высокая инфляция, высокие энергетические тарифы.

Важнейшим фактором для производства конкурентоспособной продукции на предприятиях является степень износа оборудования. Из 29 крупнейших предприятий, взятых для анализа, на 19 предприятиях износ оборудования превышает 50%, а максимальный износ достигает 90% (ОАО «Алттрак», ЗАО «Завод алюминиевого литья», ОАО «Барнаултрансмаш»).[2] Безусловно, выпускать конкурентоспособную продукцию по качеству и цене на таком оборудовании сложно и требуется скорейшее обновление, но в современных экономических условиях это в широких масштабах почти невозможно, а в некоторых случаях и нет острой необходимости. Износ во многом носит «бумажный» характер и установленное оборудование, конечно, еще может работать и приносить предприятию прибыль. Другой вопрос, и возможно более важный, как используется установленное оборудование на предприятиях. На рис. 1 представлены данные по использованию производственных мощностей предприятиями края в 2003-2004 годах.[2]

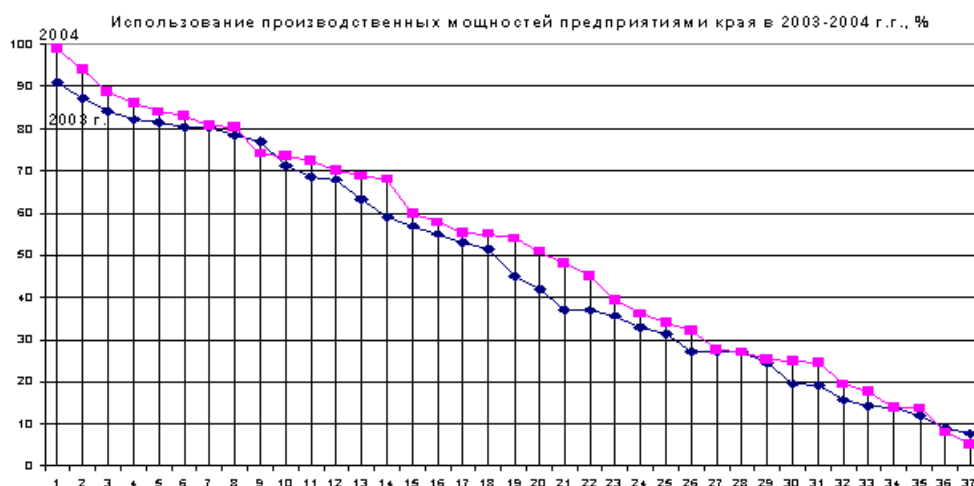


Рис. 1

Для анализа взяты данные 37 предприятий крупного бизнеса. На 17 предприятиях использование производственных мощностей ниже 50%, из них на 6 предприятиях ниже 20%. На 20 предприятиях использование производственных мощностей выше 50%, из них на 12 предприятиях выше 70%.

Следующей причиной низкой инвестиционной привлекательности является низкое использование производственных мощностей. Такие предприятия, как ГП «Алмаз», ОАО «Алттрак», ЗАО «Завод алюминиевого литья», ОАО «Алтайский завод агрегатов», ОАО «Ротор», ОАО «Алтайский моторный завод» неудовлетворительно используют имеющиеся у них производственные мощности по сравнению с предприятиями с использованием производственных мощностей выше 50%.[2] Это такие предприятия, как ОАО «Алтайвагон», ОАО «Алтайкокс», ОАО «Кучуксульфат», ОАО «ВРЗ», ЗАО «Эвалар», ЗАО «Алтайвитамины», ОАО «Сибэнергомаш». На этих предприятиях нет проблем или они минимальны с выплатой налогов, заработной платы. Они работают прибыльно, хотя износ оборудования на многих из них превышает 50%.[2]

Современным предприятиям необходимо высокопроизводительное оборудование, новые технологии и огромные инвестиции. На данном этапе этого нет, поэтому одним из резервов экономики Алтайского края является повышение использования имеющихся производственных мощностей. Необходим глубокий анализ работы каждого предприятия с низким использованием производственных мощностей, выяснение истинных причин и если есть продукция, востребованная на рынке и причины в отсутствии оборотных средств, бремени «старых» налогов, не эффективного менеджмента есть возможность таким предприятиям оказать действенную помощь (при их желании) льготными кредитами, административными ресурсами, организационными мерами. Это трудно, но это возможно без громадных финансовых вложений, эффект очевиден. Это первая ступень для промышленного подъема производства в крае в ближайшие годы, которая может дать быструю отдачу. Следующие ступени подъема (развития) промышленного производства – это инвестиции в основной капитал существующих предприятий и строительство новых. Хотя если есть средства можно развивать эти направления одновременно.

Отсутствие необходимых инвестиций в промышленное производство отрицательно сказывается на обновлении основных средств, на внедрение новых технологий. Более 70% оборудования алтайских предприятий находится в эксплуатации более 15-20 лет, а станков работающих менее 5 лет в крае, всего 5%. [2] При существующих темпах обновления понадобится 20-25 лет для замены устаревшего оборудования на современное. [2]

Можно привести очень наглядные примеры острой нехватки инвестирования. Из 40,5 млрд. дол. иностранных инвестиций, поступивших в страну в 2004 г., на долю Сибирского федерального округа пришлось 7,8%. [1] Можно проследить динамику падения объемов инвестиций в производство Алтайского края. Так, в 2003 г объем иностранных инвестиций составил 2033 тыс. долл., в 2004г – 1505 тыс. долл., а в 1 полугодии 2005 г – 752 тыс. долл. [1] В то время как в других регионах наблюдается явный рост таких вложений. Зарубежные вложения оседают в основном в двух регионах округа – Красноярском крае и Омской области.

Успех инвестиционных проектов во многом предопределен инициативностью региональных властей. Так, например, в Томской области заявлен совместный инвестиционный проект с Китаем. Китайская сторона заинтересована в строительстве крупного целлюлозно-бумажного комбината. Речь идет о создании комбината мощностью 600 тыс. т целлюлозы в год, что потребует примерно 1,2 млрд. дол. инвестиций (со сроком окупаемости в течении 8-10 лет). [1]

Инвестиции (иностраные, сторонние) основной источник развития каждого предприятия. За последнее десятилетие для промышленных предприятий РФ принцип инвестиционной политики изменился. Ранее все предприятия были государственные и задача руководителя была защитить в Министерстве план реконструкции, после этого выделялись деньги, централизованно поступало оборудование и примерно один раз в пятилетку (не считая внедрения отдельных новшеств) шла реконструкция. Это было не легко, но была система и она работала. Технический уровень предприятий был на высоком уровне (конечно не во всех отраслях). К сожалению, громадные средства истраченные на реконструкцию не всегда давали положительный результат. Многие изделия не соответствовали мировому уровню, хотя производились на высокоэффективном оборудовании и даже на импортном. На это были свои причины.

В настоящее время, когда большинство предприятий приватизировано государство полностью отказалось от инвестирования в основной капитал, в том числе и для государственных предприятий (в основном оборонный комплекс). Средств у самих предприятий нет, многие работают убыточно, банковские ставки очень высокие для эффективного использования кредитов, эффективных собственников, которые вкладывают личные средства в развитие промышленности практически нет (по крайней мере в Алтайском крае). И предприятия, за редким исключением, работают на устаревшем оборудовании, прикладывая невероятные усилия для выпуска конкурентоспособной в России продукции и иногда на мировом рынке.

Инвестиции в отечественную промышленность финансируются на 70% за счет собственных источников предприятий – прибыли, амортизационных отчислений. Доля банковских кредитов составляет около 8% всех вложений в развитие Алтайской промышленности.[2]

Такие низкие темпы обновления основных фондов и внедрения современных технологий в условиях предстоящего вступления России во Всемирную торговую организацию заранее делают предприятия Алтайского края неконкурентоспособными. Для улучшения инвестиционной деятельности в крае работает система предоставления предприятиям инвестиционных кредитов с участием краевого бюджета. Компенсация части банковской процентной ставки предоставляется предприятиям в размере двух третей ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации. В качестве одной из мер стимулирования инвестиционной деятельности предусматривается компенсация налога на имущество организациям всех форм собственности в отношении имущества, созданного или приобретенного в рамках инвестиционного проекта и не входящего в состав налогооблагаемого имущества до начала реализации инвестиционного проекта, в части средств, подлежащих зачислению в краевой бюджет. Кроме этого предусматривается внедрение лизинговой системы при приобретении промышленного оборудования.

Литература

1. Кулешов В.В. Новая стратегия экономического развития Сибири // Эко.- 2005. - С.2-14.
2. Ганеман Е.К. О повышении инвестиционной привлекательности промышленных предприятий// <http://aael.altai.ru/>

РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО АПЗ «РОТОР»)

Студент гр. ЭУП-11 Шатилов Д.А.

Научный руководитель- д.э.н. профессор Бородин В.А.

Для осуществления своей деятельности предприятие должно располагать определённым набором экономических ресурсов (или факторов производства)

Чтобы успешно решать поставленную задачу, своевременно и правильно включать в действие рычаги управления, воздействующие на ресурсопотребление (новые технологии, экономичные материалы, рациональные конструкторско-технологические решения, нормирование и лимитирование расхода ресурсов, материальное поощрение работников за экономии ресурсов, образование центров ответственности за расходование определённых ресурсов и т.д.) необходимо наладить систематический мониторинг и анализ процессов ресурсопотребления и ресурсоотдачи.

Несмотря на то, что в условиях рыночной экономики при усилении конкуренции крайне важна мобилизация всех резервов хозяйствования, безопасном использовании ресурсного потенциала и возросшей возможности осуществления этого представляет собой одну из важнейших черт процесса воспроизводства на современном этапе.

Рациональное и экономное использование своих ресурсов является первоочередной задачей любого предприятия.

Объектом исследования является предприятие ОАО АПЗ «Ротор».

Предметом исследования является процесс управления ресурсами предприятия.

Цель работы заключается в разработке рекомендаций по повышению эффективности ресурсопотребления на предприятии.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить ряд задач:

- изучить сущность ресурсов предприятия и рассмотреть их классификацию;
- изучить организацию процесса управления рациональным потреблением ресурсов;
- проанализировать эффективность использования всех видов ресурсов предприятия;
- рассмотреть возможные направления и источники обеспечения рационального ресурсопотребления;

- разработать рекомендации по обеспечению рационального материалопотребления на предприятии.

Возможности любого предприятия сильно зависят от имеющихся у него ресурсов и резервов, не задействованных в производстве, т.е. потенциал характеризуется объёмом ресурсов и резервов, как вовлечённых, так и не вовлечённых в производство.

Экономический потенциал предприятия определяется способностью управляющих им менеджеров использовать имеющиеся возможности и ресурсы с целью максимизации доходов.

Ресурсы предметов труда предприятия – это необходимые для нормального хода производственных процессов запасы сырья, материалов, топлива и иных материальных ресурсов. В денежной оценке ресурсы предметов труда образуют важнейшую часть оборотного капитала предприятия.

Ресурсами предметов труда предприятия являются оборотные средства. Сущность оборотных средств определяется их экономической ролью, необходимостью обеспечения воспроизводственного процесса, включающего как процесс производства, так и процесс обращения. В отличие от основных средств, неоднократно участвующих в процессе производства, оборотные средства функционируют только в одном производственном цикле и их составе можно выделить следующие элементы: сырьё, основные и вспомогательные материалы, покупные полуфабрикаты, топливо, тара, запасные части для ремонта оборудования, а также хозяйственный инвентар.

Наиболее высокую долю в структуре имущественного комплекса предприятия занимают и вложения в арендованные объекты основных средств. В составе основных средств учитываются находящиеся в собственности организации земельные участки, объекты природопользования (вода, недра и другие природные ресурсы).

Для учета, анализа и оценки основные средства группируются по функциональному назначению; по отраслевому признаку; по вещественно-натуральному составу; по степени участия в производственном процессе.

В зависимости от производственного назначения основные фонды делятся на группы:

- здания - производственные корпуса, склады, конторы, гаражи и т.п.;
- сооружения - дороги, эстакады, ограждения и др. инженерно-строительные конструкции, создающие необходимые условия для осуществления процесса производства;
- относятся передаточные устройства, машины и оборудование, к пассивной - здания, сооружения, транспортные средства, которые непосредственно не участвуют в процессе производства, но являются необходимым его условием.

Соотношение между отдельными группами и частями основных производственных фондов характеризует их структуру, имеющую важное значение в организации производства. Наиболее эффективна та структура, где больше удельный вес активной части.

Трудовые ресурсы - это часть населения трудоспособного возраста, обладающая необходимым физическим развитием, знаниями и практическим опытом для работы в народном хозяйстве. К трудовым ресурсам относят как занятых, так и потенциальных работников

Финансовые ресурсы предприятия — это денежные доходы и поступления, находящиеся в распоряжении субъекта хозяйствования и предназначенные для выполнения финансовых обязательств, осуществлению затрат по расширенному воспроизводству и экономическому стимулированию работающих

ОАО "Алтайский приборостроительный завод "РОТОР" (ОАО АПЗ "РОТОР") является предприятием, которое специализировалось на выпуске штурманского и навигационного оборудования для морских и речных судов и входило в систему предприятий Министерства судостроительной промышленности СССР. При этом основную долю (95 %) объемов производства предприятия до 1992 года составляли государственные заказы специальной техники.

Предприятие оказалось перед необходимостью глубокой конверсии производства в условиях недостаточности оборотных средств, отсутствия качественных отечественных разработок документации на товары народного потребления, нехватки времени для разработки

конструкторской и технологической документации на новые изделия производственно-технического назначения и ТНП. Разработку документации, серийное освоение новых изделий АПЗ «РОТОР» был вынужден производить в кратчайшие сроки, в условиях массового заполнения российского рынка аналогичными импортными товарами.

Анализируя причины кризиса алтайской промышленности, следует сказать, что сегодняшнее её состояние является следствием влияния как макроэкономических факторов внешней среды (политика Правительства в отношении сырьевых и энергетических монополий, налоговая и таможенная политика), так и состояния самих предприятий: нарастающей деградации ресурсного потенциала (основные средства, оборотные активы, персонал, финансы, инновационные возможности), низкой адаптации в конкурентной среде, преобладания в структуре промышленного комплекса рыночно-непривлекательных отраслей, отсутствия на финансовом рынке инвестиционных ресурсов, требуемых для достижения конкурентоспособного уровня, инвестиционной непривлекательности большинства предприятий. Достигнутый в 1999-2001 гг. рост объемов производства (140,6% к уровню 1998 г.) не сопровождался ростом качества ресурсов и уровня адаптированности предприятий в конкурентной среде.

На ОАО АПЗ «Ротор» сосредоточен уникальный кадровый потенциал, который необходимо сохранить направив на это все усилия. Руководители всех подразделений отмечают стихийность процесса сокращения численности персонала, увольнение, в первую очередь, наиболее квалифицированных специалистов.

Анализ квалификационно-возрастного состава персонала предприятия выявил негативную тенденцию «старения» персонала, что в настоящее время является одной из важнейших проблем в области кадров. Необходимо привлекать молодых специалистов, что, к сожалению дается с трудом, так как у молодых специалистов, выпускников ВУЗов нет особого желания работать за предлагаемую з/п на данном предприятии, хотя и наблюдается относительный рост средней заработной платы на предприятии следует отметить, что данное увеличение произошло в основном за счет роста числа руководителей работающих по контракту. На предприятии наблюдается явное несоответствие уровня оплаты труда и уровня сложности выполняемых работ, а также ответственности, возложенной на работников.

Информационную базу исследования составляют: исследования отечественных специалистов в области финансового менеджмента и экономики предприятия, практические рекомендации специалистов по управлению ресурсами предприятия, материалы периодической печати, данные бухгалтерской и финансовой отчетности предприятия.

КОНЪЮНКТУРНЫЙ АНАЛИЗ ОТРАСЛИ И РЫНКА

Студент гр. ЭУП-11 Чеснова Е.П.

Научный руководитель- д.э.н. профессор Бородин В.А.

В современном, быстроменяющемся мире, когда рыночная конкуренция становится все более жесткой, важнейшим условием коммерческого успеха становится постоянное определение соотношения спроса и предложения товара на основе анализа взаимодействия конъюнктурообразующих факторов. Осуществляя конъюнктурные исследования, предприятия получают возможность обеспечить себя объективной информацией о себе и конкуренте, правильно оценить ситуацию на рынке и спрогнозировать ее развитие, а, следовательно, получить конкурентные преимущества и тем самым снизить уровень коммерческого риска, найти для себя соответствующий сегмент рынка и рыночную нишу, выбрать правильное направление диверсификации, установить оптимальный уровень цен и т. д.

Так как отрасли сильно различаются по своей структуре и базовым характеристикам, анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней начинается с обзора основных экономических характеристик.

Под отраслью понимается группа предприятий, продукция которых обладает общим назначением и потребительскими свойствами и конкурирует на одном рынке. Пространство действия отрасли – это внутренние и внешние границы конкретного бизнеса.

К основным показателям, характеризующим отрасль промышленности относятся:

- размеры рынка;
- области конкурентного соперничества (локальная, региональная, национальная, глобальная)
- скорость роста рынка и стадия жизненного цикла отрасли;
- число соперников и их относительные размеры, степень концентрации;
- число покупателей и их относительные размеры;
- превалирование передней или задней интеграции;
- легкость входа и выхода;
- степень дифференциации продуктов/услуг соперничающих фирм;
- уровень технологических изменений в процессе производства и в новых продуктах;
- влияние экономики на масштабы производства, транспортировку, маркетинг;
- степень использования производственных мощностей в достижении низкоценовой эффективности производства;
- зависимость стоимости единицы продукции от кумулятивной величины объема производства;
- требования к капиталу;
- прибыльность в отрасли выше или ниже средней в экономике страны.

Для учета относительной значимости различных факторов конкретный «вес» каждого из них определяется непосредственно в ходе анализа. Полученная таким образом оценка степени влияния показателя на рынке представляет собой средневзвешенный балл и на его основе оценивается степень влияния показателя на отрасль.

Результаты этого анализа приводят к выработке альтернативных стратегий работы предприятия и принятию решения, по какому из путей руководство организации должно направить свою деятельность для получения наибольшего успеха.

Анализ рынка продукции производственно-технического назначения

Важнейшими направлениями исследований рынков является определение текущих и прогнозных величин спроса различного вида и показателей рыночной доли для конкретных рынков (рыночных сегментов).

Конъюнктура рынка — состояние рынка или конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке на данный момент или ограниченный отрезок времени под воздействием комплекса сил, факторов и условий.

Встречается точка зрения, что конъюнктура рынка — это точка соответствующего рыночного цикла, и, следовательно, исследование конъюнктуры сводится к поиску этой точки, отражающей реальное положение рынка в экономическом пространстве и времени. Однако подобные оценки относятся скорее к характеристике макропроцессов конъюнктуры и мало пригодны для оперативного анализа и управления.

Конъюнктура рынка имеет четыре принципиальные отличительные черты (или свойства): *динамичность, пропорциональность, переменность и цикличность*. Следовательно, и конъюнктурный анализ должен отразить эти четыре характеристики.

Состояние рынка можно охарактеризовать через систему количественных и качественных показателей, каждый из которых отражает определенную сторону рыночной ситуации:

- **масштаб рынка** (его емкость, товароборот, число предприятий различных типов, выступающих на рынке);
- **степень сбалансированности рынка** (соотношение спроса и предложения);
- **тип рынка** (конкурентный, монополистический и т.д.);
- **динамика рынка** (изменения основных параметров рынка, их вектора, скорость и интенсивность, основные тенденции);
- **степень деловой активности** (заполненность хозяйственного портфеля фирмы, число и размер заказов, динамика сделок и т.п.);

- **уровень устойчивости/колеблемости** основных параметров рынка в динамике и пространстве;
- **уровень рыночного риска** (оценка вероятности потерпеть поражение на рынке);
- **сила и размах конкурентной борьбы** (число конкурентов, их активность);
- **цикличность рынка**, т.е. положение рынка в определенной точке/стадии экономического или сезонного цикла;
- **средняя норма прибыли** (сумма валовой и чистой прибыли и показатели рентабельности).

Рынок продукции производственно-технического назначения – совокупность организаций и частных лиц, приобретающих товары и услуги, которые используются при производстве других продуктов. Ключевой стратегией маркетинга продукции производственного назначения является системная продажа, при реализации которой покупатель совершает системную закупку.

Можно выделить следующие особенности организационных рынков по сравнению с рынками потребительских товаров:

1. Они являются более профессиональными, особенно относительно покупателей.
2. В принятии решения о покупке, как правило, принимает участие несколько человек.
3. Продавец и покупатель в большей степени зависят друг от друга.
4. Стремятся устанавливать долгосрочные контакты.
5. Гораздо чаще используются прямые покупки.
6. При выборе покупки гораздо меньшую роль играют эмоциональные факторы.

Многие организационные рынки характеризуются неэластичным спросом, т.е. спрос слабо реагирует на изменение цены.

В основе процесса выбора целевых рынков лежит изучение такого базового показателя как рыночный спрос. **Рыночный спрос** – это общий объем продаж на определенном рынке (частном или совокупном) определенной марки товара или совокупности марок товара за определенный период времени.

На величину спроса оказывают влияние как неконтролируемые факторы внешней среды, так и маркетинговые факторы, представляющие собой совокупность маркетинговых усилий, прилагаемых на рынке конкурирующими фирмами.

Дополняя и развивая вышесказанное, можно прийти к выводу, что рынки потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения изучаются главным образом на основе использования трех подходов: 1. посредством анализа вторичной информации (такая информация является достаточно дешевой, относительно легко доступной, но изучение документов не может дать оперативной информации требуемого качества, оно дает лишь некоторую статистику о производстве и сбыте изучаемой продукции. 2. путем исследования мотивации и поведения потребителей. Здесь применяются как методы социологических исследований, так и экспертные оценки. 3. путем анализа выпускаемой и реализуемой продукции.

Если речь идет о продукции производственно-технического назначения, вопросы должны касаться не только непосредственных потребителей, но также и конечных потребителей.